

ACADYS



L'IA au service du développement économique et durable des entreprises

Christophe Legrenzi

Thérèse de Blainville, le 18 février 2026



18 février 2026 • Centre culturel et communautaire • Thérèse-de-Blainville





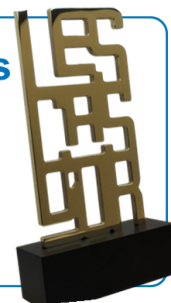
Pionnier en Intelligence Artificielle Générative

Pionnier de l'acculturation

Première société à décrypter l'IAG à travers des conférences et séminaires de formations.
cf. Les fabuleuses opportunités de l'IAG

Récompenses prestigieuses

Lauréat du **Cas d'Or IA** 2024 labellisé "French Tech" et du **Grand Prix du Numérique**.



Méthodologie exclusive

Élaboration d'une démarche innovante de déploiement de l'IAG pour éviter le paradoxe de Solow et identifier les POCs à forte valeur ajoutée.

Choisi par les plus grands organismes de formation

Les experts Acadys sont sollicités par les plus grands centres de formation français et internationaux.



Innovation pédagogique

Création d'un Campus Numérique special IA et IAG à destination des collaborateurs pour se former aux dernières nouveautés.

Visibilité internationale

Invité au **Sommet de l'IA** à Paris les 10 et 11 février 2025

Clients de référence

Acadys a été sélectionné par des entreprises technologiques de pointes, des organisations de premier plan, ainsi que de nombreuses collectivités locales et territoriales pour les accompagner.

Innovation inclusive

Premier à lancer un séminaire sur l'inclusion : l'IAG au service du Handicap (Dyslexie, praxie, calculie...)

STATEC

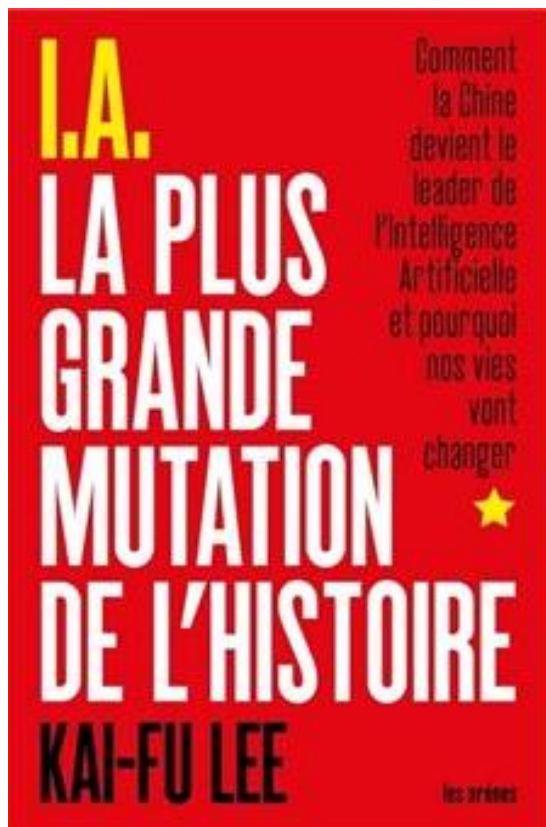


Sagemcom





L'IA/IAG : une Révolution Technologique sans précédent





Les 7 vérités que personne ne vous a jamais dit !

- Le monde n'est plus industriel mais **serviciel**
- Tout le monde parle de **transformation numérique** et personne n'explique ce qu'est un processus de transformation et ce qu'est le numérique vs l'informatique ou le SI
- Le **taux de réussite des projets numériques et/ou IA est faible**
- Que cela **coute plus cher de réfuter une fake news** que de la dire
- Le monde n'est plus **compliqué** mais **complexe** et que les qualités analytiques ne sont plus suffisantes
- Le **QI de la population** est en train de régresser de manière significative
- **L'IA** est en train d'accélérer ce phénomène



Sommaire

Introduction

- 1. Histoire de la création de richesse**
- 2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise**
- 3. L'avènement de l'IA générative**
- 4. La Data au cœur de la Transformation numérique**
- 5. Des résultats préoccupants**
- 6. Un modèle de déploiement raisonné**
- 7. Les principes d'une digitalisation réussie**

Questions et réponses



Sommaire

Introduction

- 1. Histoire de la création de richesse**
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses



Angus Maddison

Histoire de la création de richesse...

PIB :
Monde
Am. Nord
Canada



Secteur Primaire

Objectif : Substance alimentaire
Lieu travail : Champs/Forêts
Mat. Prem. : Terre, semences, etc.
Outils : Bêche, faux, fourche, etc.
Métier : Paysan, Artisan
Valeur : **n**



Révolution Industrielle

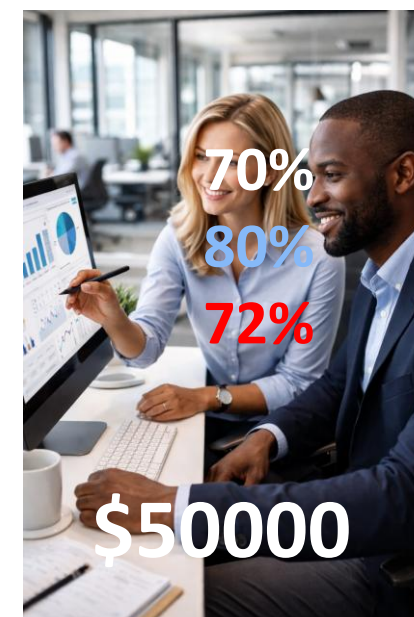


Secteur Secondaire

Production manufacturière
Usine
Pétrole, fer, bois, etc.
Marteau, tournevis, machine, etc.
Col bleu, Ouvrier
10 x n



Révolution Servicielle



Secteur Tertiaire

Services (financiers, assur., admin., etc.)
Bureau
Information, etc.
Ordinateurs, IoT, IA, etc.
Col blanc, Agent admin.
100 x n



Transformation numérique : l'état des lieux



La vision Macro-économique

« Je vois des ordinateurs partout, sauf dans les statistiques de la productivité »



La vision Micro-économique

« Seuls 5 à 10% des projets numériques (ERP, CRM, IoT, IA, Big Data, IAG) sont en mesure de montrer/mesurer les bénéfices une fois la solution opérationnelle »



**L'économie informatique pèse un peu plus de 5% de l'économie mondiale.
L'économie du numérique pèse déjà entre 15 à 20% de l'économie mondiale.
Les USA représentent 1/3, la Chine 30%, l'Europe : 20% et l'Afrique 2%.**

eserved.



**Prix Nobel d'Economie 1987
Robert Merton Solow
(1924-2023)**

MIT

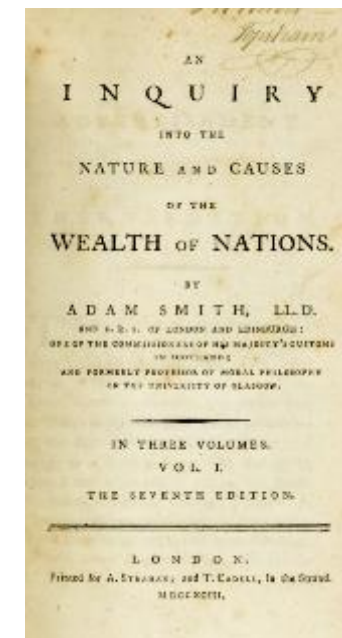
The GenAI Divide
STATE OF AI IN
BUSINESS 2025



Le grand penseur de la Révolution Industrielle et de la création de richesse : Adam Smith



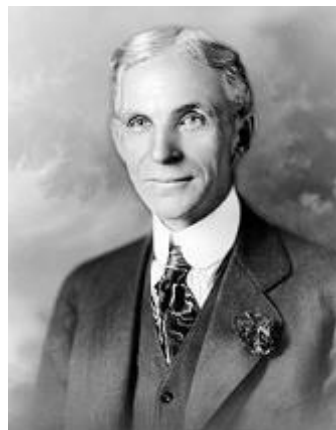
- **Adam Smith**, considéré comme le père de l'économie classique a repensé et théorisé les modes de travail pour atteindre des **niveaux supérieurs de productivité** (versus le mode agricole et artisanal traditionnel – cf. la fabrication d'épingles citée en introduction de son ouvrage de 1776).
- Les principes amenant une productivité supérieure reposent, dans l'ordre, sur 3 dimensions majeures :
 - **La spécialisation**
 - **L'organisation du travail**
 - **La mécanisation**
- Pourtant de nombreux auteurs et économistes associent la ou les Révolutions Industrielles au progrès scientifique :
 - L'invention de la machine à vapeur, James Watt en 1769
 - La dynamo, Zenobe Gramme en 1871 (mais aussi Tesla, Marconi, Edison)
 - Arpanet en 1969 (DoD) et le micro-processeur en 1971 (Hoff et Faggin)





Les grands développeurs de la Révolution Industrielle à l'origine de la productivité et de la croissance

- **Frederick Winslow Taylor**, a publié en 1911 (Harper & Brothers) un ouvrage majeur qui explique comment mettre en pratique les concepts d'Adam Smith.
- **Les résultats furent majeurs** tant pour les futurs industriels que pour les salariés : **réduction du temps de travail, augmentation des salaires, amélioration des conditions de travail, répartition de la richesse créée, et allongement de la durée de vie !**



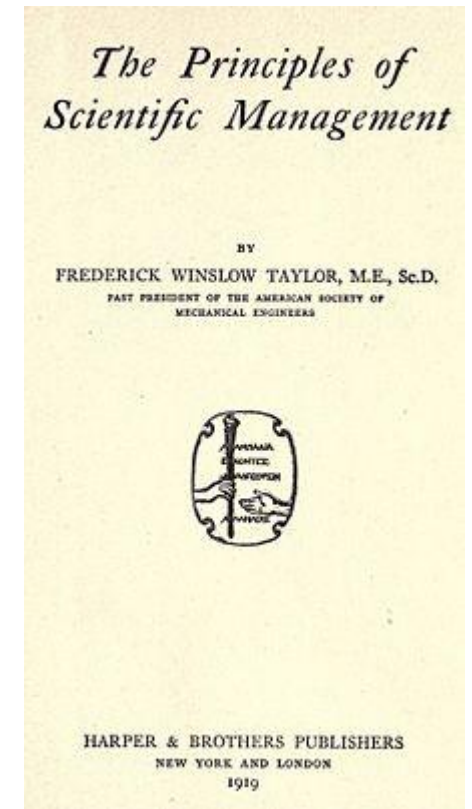
Henry Ford



Alfred P. Sloan



Taiichi Ōno





Sommaire

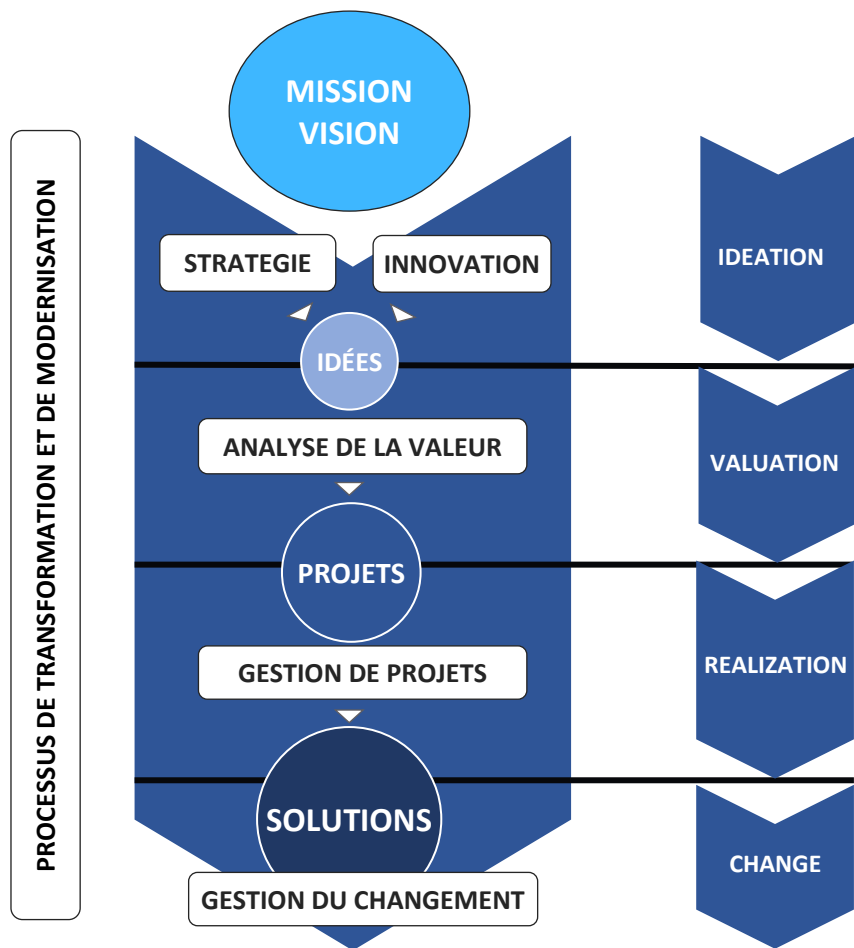
Introduction

1. Histoire de la création de richesse
- 2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise**
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses

Pas de création de valeur sans fondamentaux managériaux

Définitions : Processus de Transformation + Numérique



Monde du « Consommateur »



Monde du « Producteur »

x 5-10

x 10-20

Qu'est-ce qu'un processus de transformation ?

Qu'est-ce que le numérique versus informatique et système d'information ?



Les leçons des géants du numérique

- Ils sont partout...



	g	Apple	f	a
TELECOM & IT	Google Fiber	Apple Sim	WhatsApp	Amazon Cloud Drive
HEALTH	Google Calico	HealthKit	Move	amazon.com Marketplace
RETAIL	Shopping express	iBeacon	Facebook "Buy" Button	amazon fresh Grocery Delivery
ENERGY & UTILITIES	nest Smart home	Solar Power	Internet.org project	Fulfillment by Amazon
MEDIA & ENTERTAINMENT	Play	iTunes Radio	Oculus	twitch Gamers Video platform
FINANCIALS	Wallet	Apple Pay	Friend-To-Friend Payment ¹	amazonpayments Payments API
MOBILITY, TRAVEL & LEISURE	Car	CarPlay	Messenger + Uber integration ¹	amazon cloud player + Media app for connected cars



Oublier la Révolution Industrielle et changer de logiciel !

Multi-Métiers

**Business Models
Asymétriques**

**Entreprise
Plateforme**

Data Centric

**Pensée Systemique
vs Analytique**





Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
- 3. L'avènement de l'IA générative**
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses



Du Collaborateur Augmenté à l'Entreprise Augmentée

Les 3 dimensions à considérer

3 étapes incontournables :

1. Agent Conversationnel
2. Agent Intelligent
3. Multi-Agents





Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
- 4. La Data au cœur de la Transformation numérique**
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

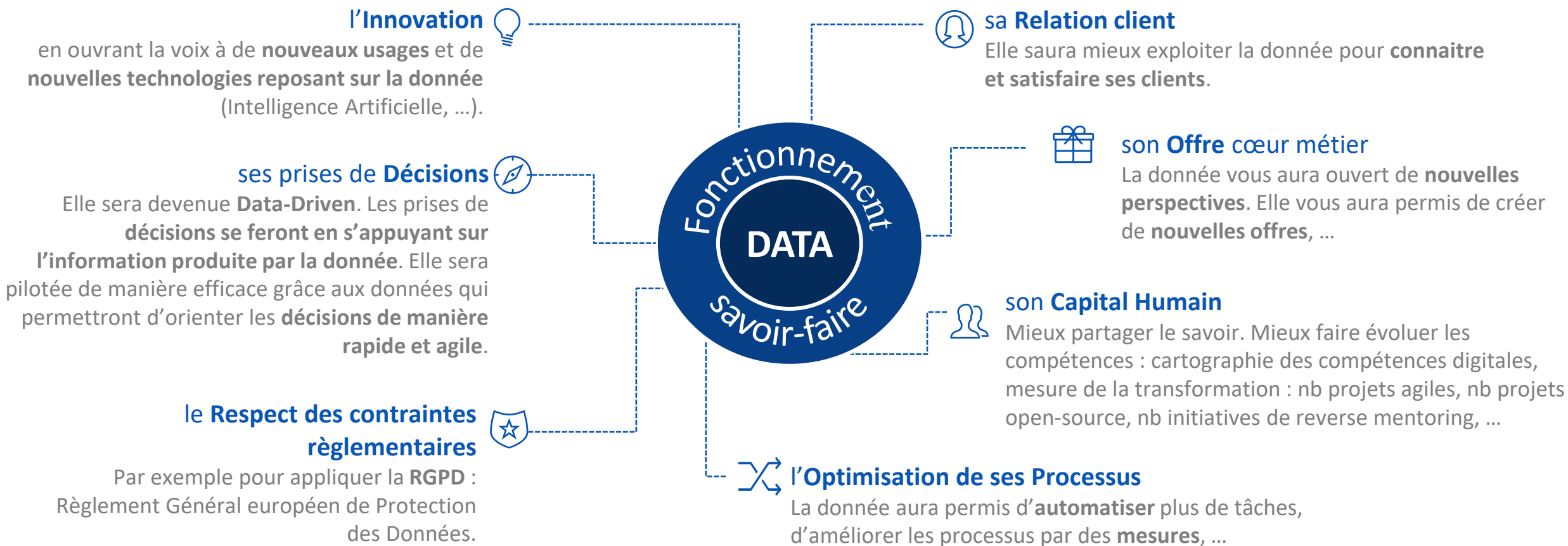
Questions et réponses



La Data au service des entreprises du secteur

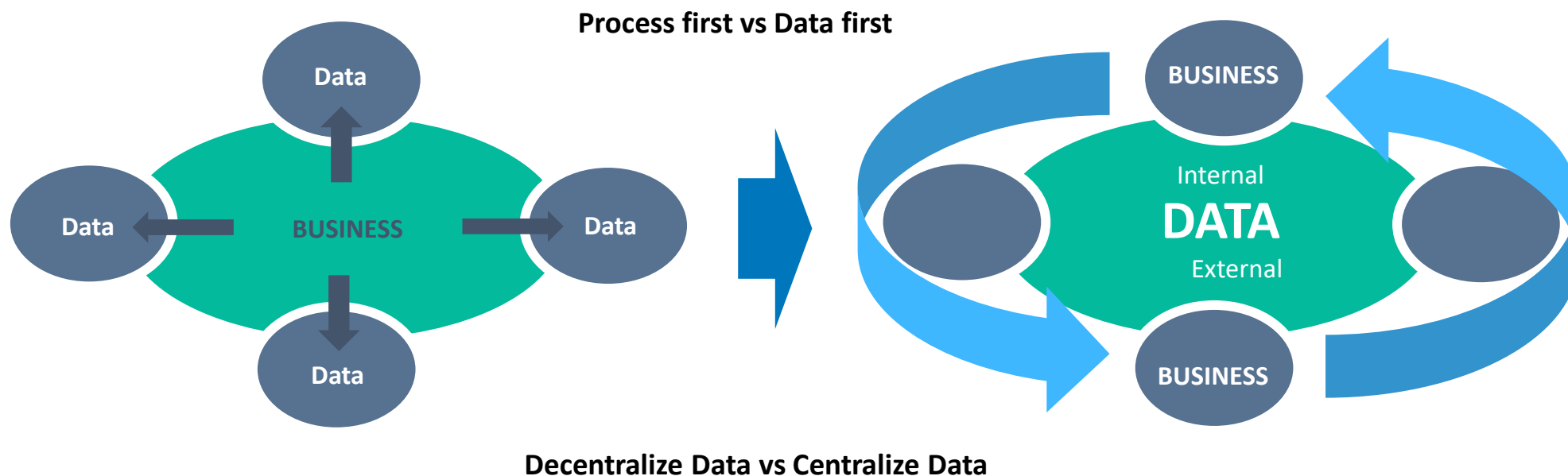
Les apports de la data dans le fonctionnement des organisations

Fonctionner autour de la donnée et l'exploiter afin d'en faire usage dans ...



La donnée est au cœur des enjeux métiers

Passage d'une donnée métier à une entreprise Data Centric





Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
- 5. Des résultats préoccupants**
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses



La Crise des "POC" (Proof of Concept)

80% - 95%

Taux d'Échecs

Selon **Palmer Consulting (80%)**, McKinsey (90%) et une étude du **MIT (95%)**, l'immense majorité des projets IA ne passent jamais en production ou ne génère aucun bénéfice.

Causes : Qualité des données, hallucination, non maîtrise des RAG, manque de ROI clair...

40% - 45 %

Enlissement

Fin 2025, **IBM** rapporte que **40%** des organisations sont toujours bloquées en phase d'exploration ou d'expérimentation. **45%** des POCs n'aboutissent pas selon **McKinsey**

Causes : Manque de clarté des besoins, absence des standards de la gestion de projet.

Le passage à l'échelle industrielle reste le défi n°1.



L'évolution du niveau d'intelligence de ChatGPT

- **GPT-3 : Niveau d'intelligence d'un enfant**
 - Capable de comprendre et de répondre à des questions simples
 - Compétences de base en langage et en compréhension

- **GPT-4 : Niveau d'intelligence d'un lycéen**
 - Compréhension avancée des textes et des contextes
 - Capacité à analyser des informations complexes et à fournir des réponses détaillées
 - Améliorations dans la compréhension des images et des fichiers audio (avec GPT-4o)

- **GPT-5 : Niveau d'intelligence d'un doctorat**
 - Expertise avancée dans des domaines spécifiques
 - Capacité à effectuer des recherches approfondies et à fournir des analyses sophistiquées
 - Estimation de sortie : d'ici un an et demi





Retour sur l'évolution du QI au cours du temps

Les recherches sur l'évolution du QI mondial révèlent une dynamique complexe marquée par une hausse historique suivie d'inquiétudes récentes concernant un possible déclin.

1. Hausse historique : l'effet Flynn

- **Augmentation de 3 points par décennie (1900-2000)** : Les tests de QI standardisés montrent une progression continue dans tous les pays industrialisés, avec un gain cumulé de **30 points sur un siècle**.
- Origines multifactorielles :
 - Amélioration de la nutrition et réduction des maladies infectieuses
 - Accès élargi à l'éducation formelle
 - Complexité croissante des médias et environnement cognitif

2. Inversion récente : le « reverse Flynn effect »

- **Déclin détecté depuis les années 1990** :
 - **États-Unis** : **-2 points** entre 2006 et 2018 (logique, vocabulaire)
 - **Europe** : **Tendances similaires en France** : **-4 points** entre 1999 et 2009, Finlande, Royaume-Uni...
- **Projection d'un QI moyen mondial à 86,32 en 2050 vs 91,64 en 1950**



Attention !





Loi de Brandolini



« La quantité d'énergie nécessaire pour réfuter des idioties est d'un ordre de grandeur supérieur à celle nécessaire pour les produire »

En anglais, cette loi est aussi connue comme le **“bullshit asymmetry principle”** (*Brandolini's law*)



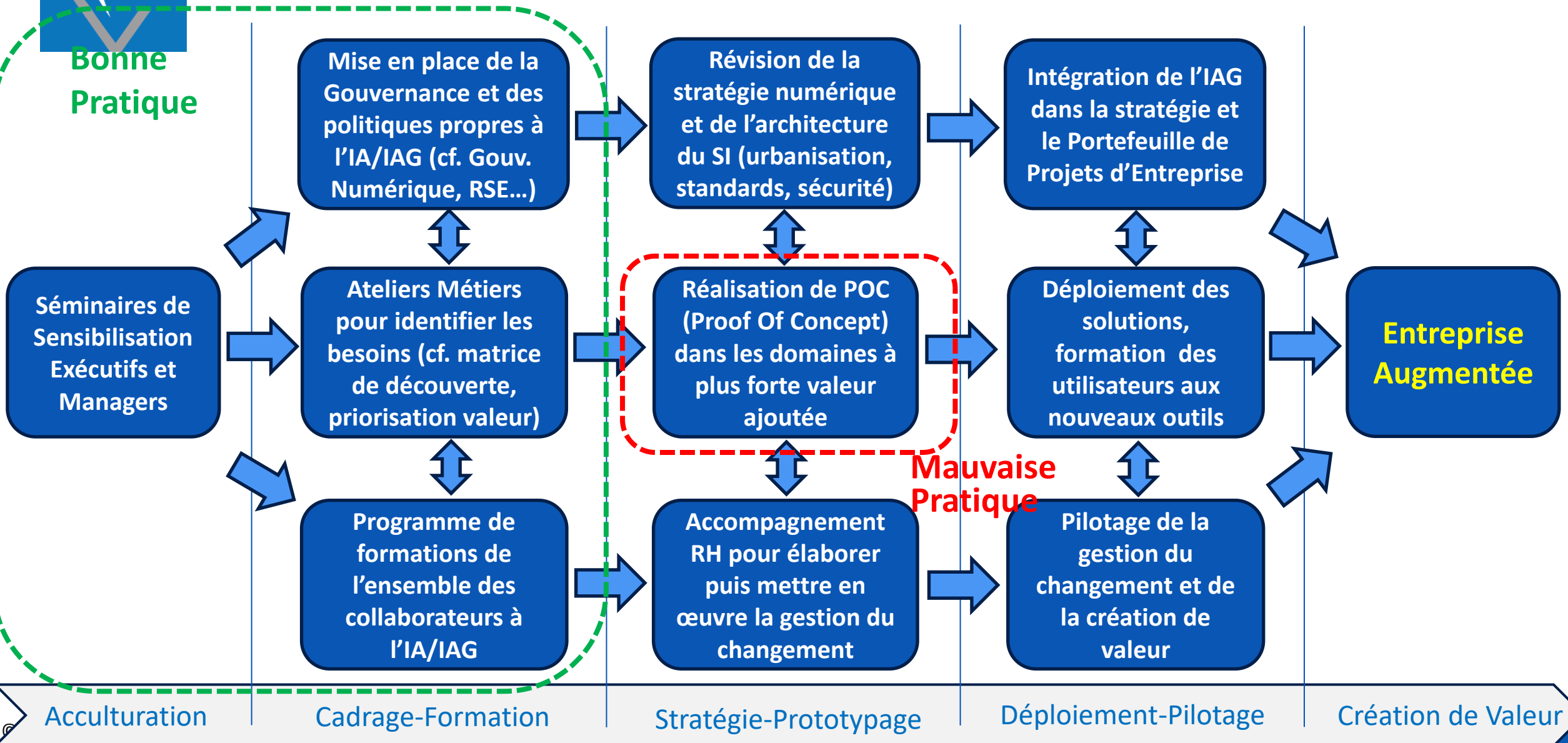
Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
- 6. Un modèle de déploiement raisonné**
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses

Modèle de déploiement « intégré » de l'IA Générative

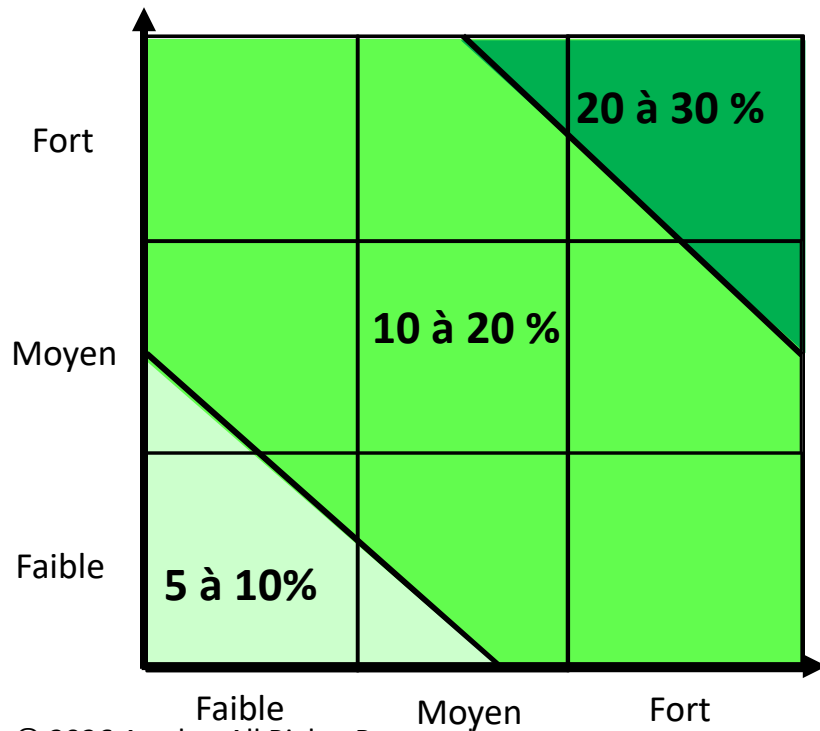




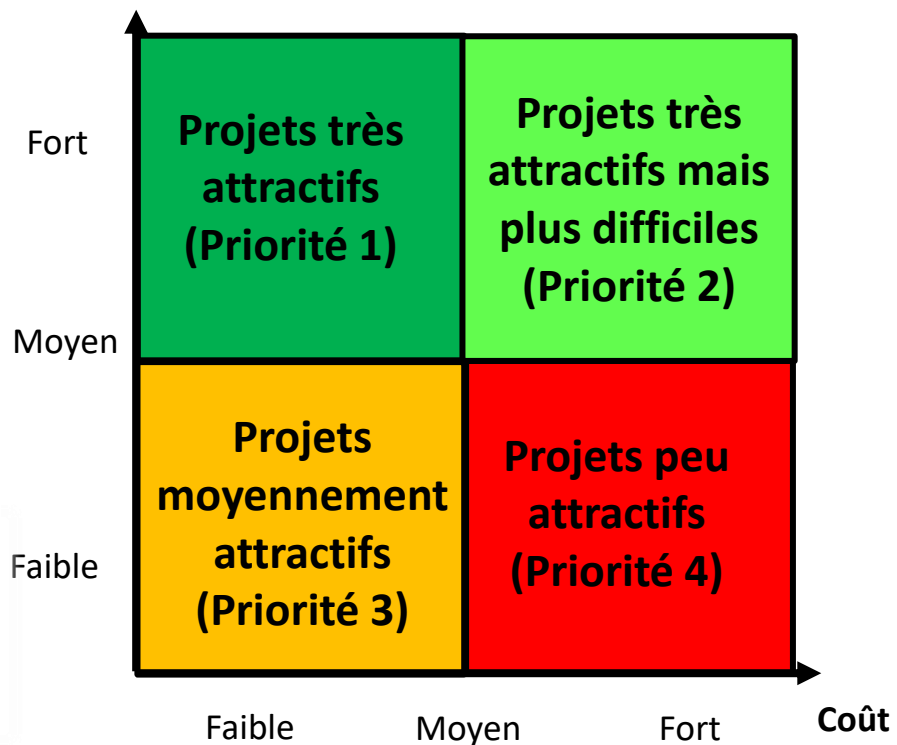
La méthode pour identifier les POCs IAG à forte valeur ajoutée



Fréquence de l'activité



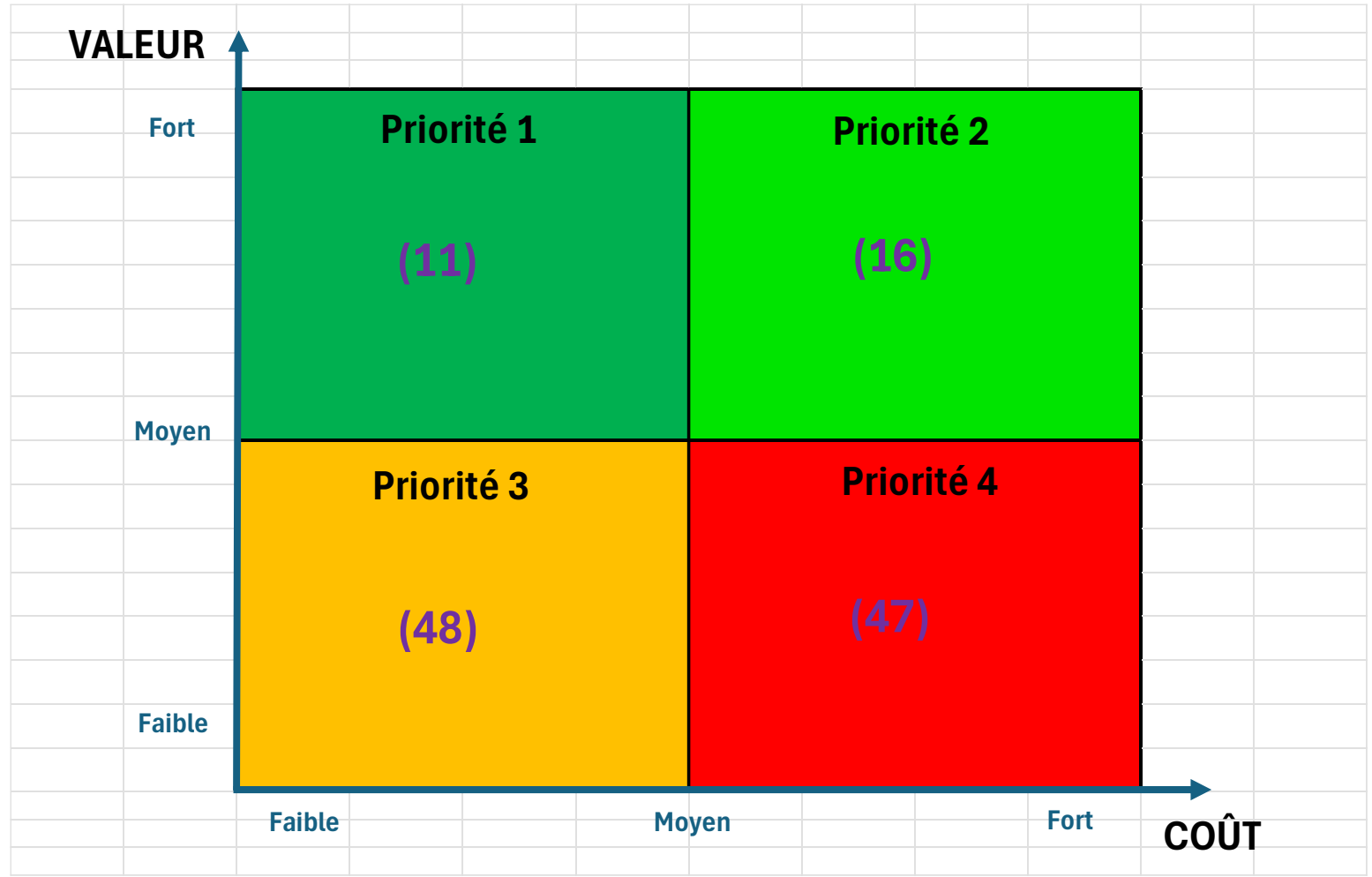
Valeur





Mesure de valeur des cas d'usage IA/IAG identifiés

Le cas d'une Administration

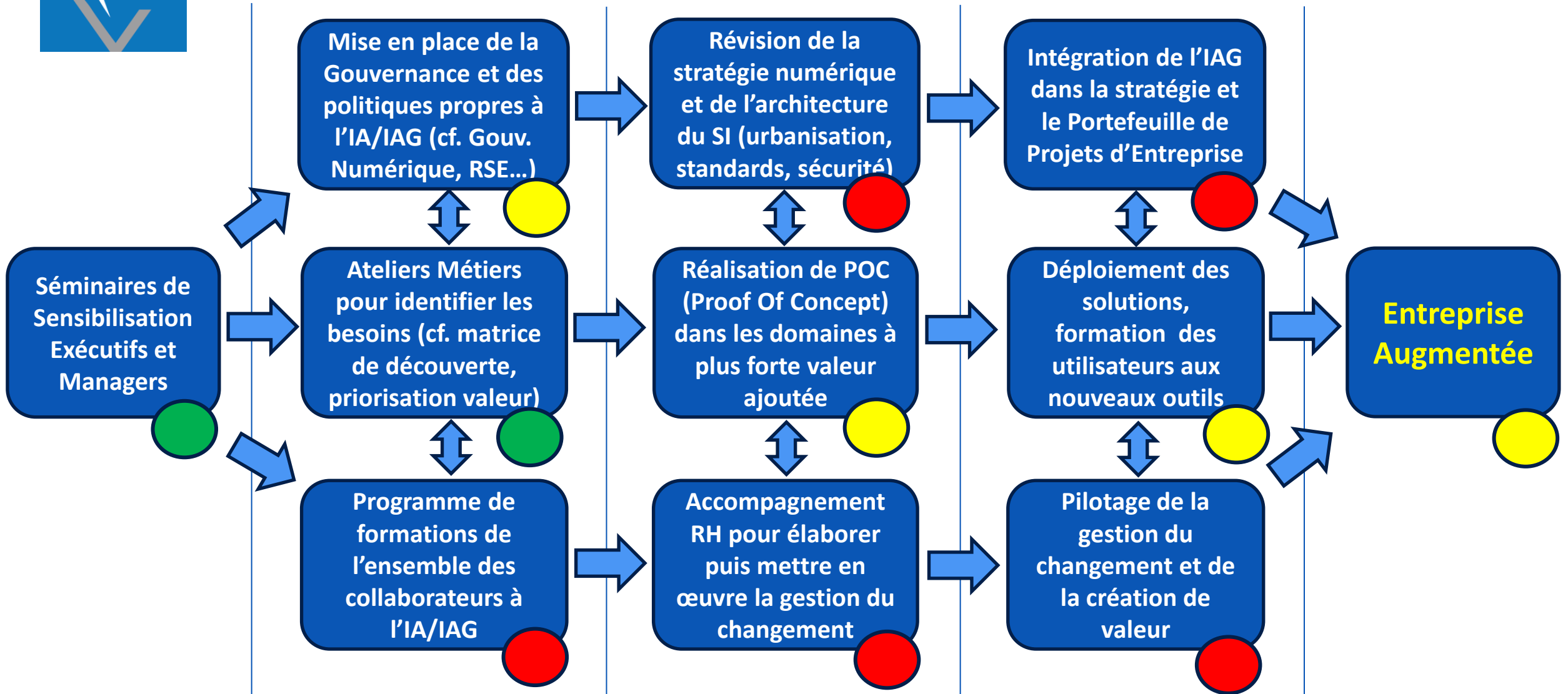


Total : 122

Priorité 1 = 9%
Priorité 2 = 13%

Modèle de déploiement « intégré » de l'IAG

Une démarche managériale avant tout





Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
- 7. Les principes d'une digitalisation réussie**

Questions et réponses



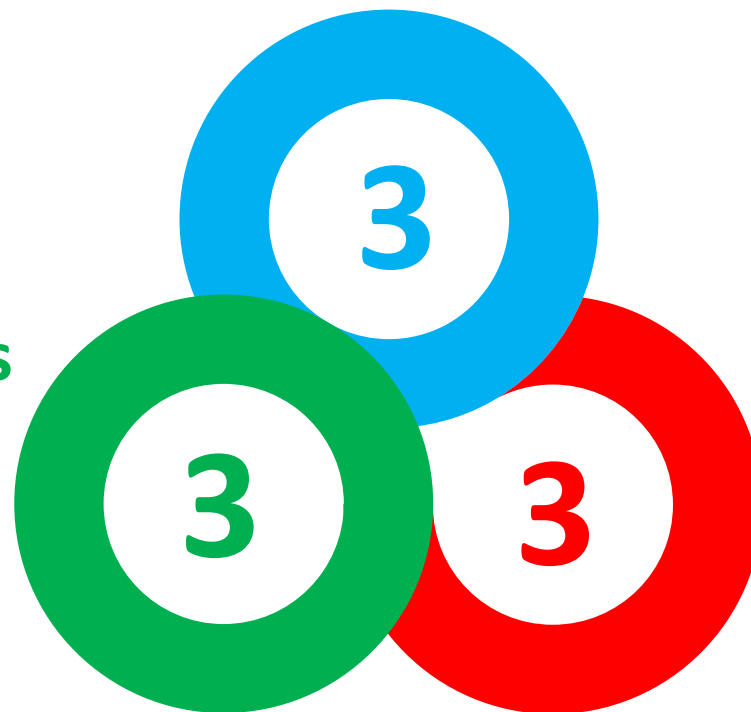
Approche 333

Les grands défis pour réussir sa transformation numérique



Leviers Numériques

Facteurs clés de succès



Pièges à éviter

Approche 333 : 1^{er} défi

3 Leviers de Transformation Numérique

Levier Technologique

- Search engines, SEO
- 3D printing
- Facial/vocal recognition
- Smart sensors, IoT
- Big data, Data viz, Analytics
- BIM
- Artificial Intelligence
- Blockchain
- Bots
- Drones, autonomous vehicle
- Augmented Reality, VR, XR.
- Digital twin
- Cloud
- Quantum computing, etc.

Levier Informationnel

- Donnée
- Information
- Connaissance
- Intelligence
- Conscience

Levier Digital

- Dématérialisation
- Désintermédiation
- Plateformisation
- Réseaux sociaux
- Crowdsourcing, funding
- Freemium
- Inbound Marketing
- Long tail
- FabLabs, Living Lab, Innovation lab
- Open innovation
- Monétisation des données, etc.



Approche 333 : 1^{er} défi

3 Leviers de Transformation Numérique – état des lieux (1/3)

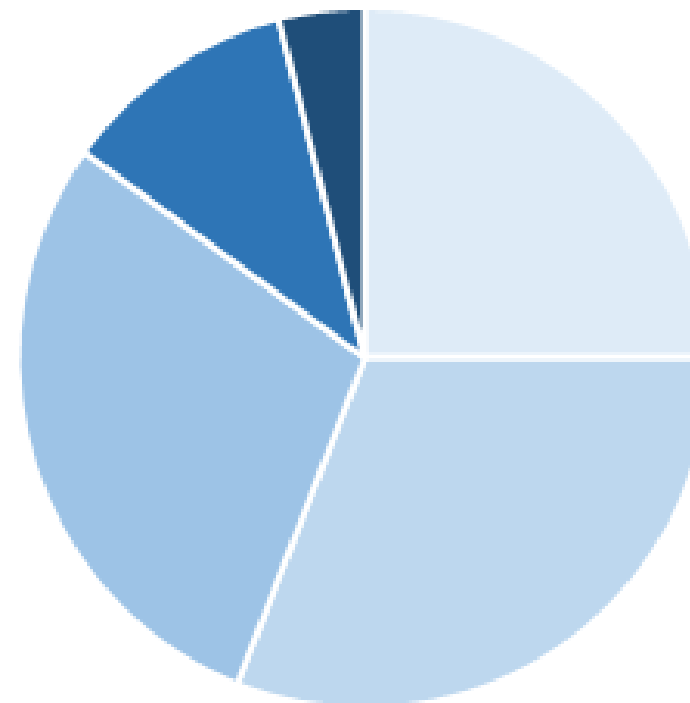


Leviers numériques à activer

Les principaux leviers technologiques sont-ils connus dans votre entreprise et ont-ils été évalués par métier de la chaîne de valeur en regard de votre business model ?

Une minorité d'entreprises (15%) remettent systématiquement les technologies numériques en perspective de leur chaîne de valeur et de leur business model.

Pas du tout	25%
Faiblement	31%
Moyennement	29%
Fortement	11%
Totalement	4%





Approche 333 : 1^{er} défi

3 Leviers de Transformation Numérique – état des lieux (2/3)

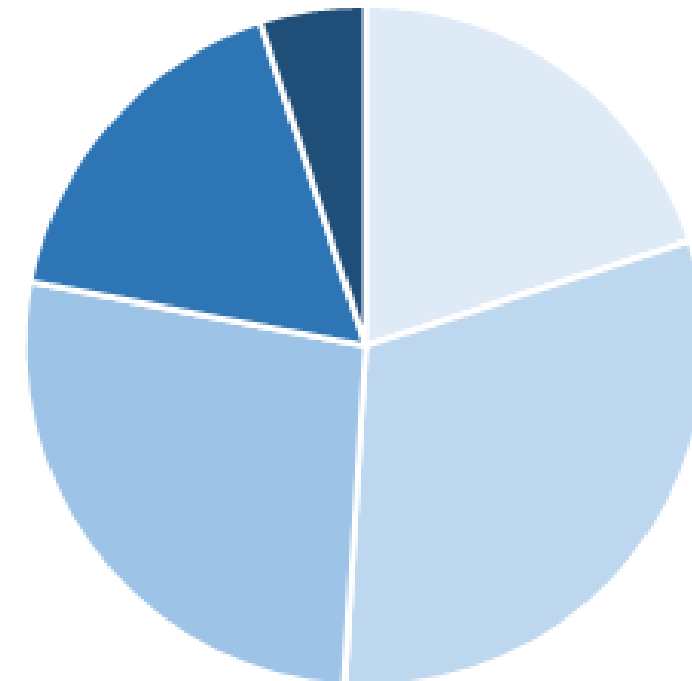


Leviers numériques à activer

Les principaux leviers informationnels (**data, information, connaissance**) sont-ils connus dans votre entreprise et ont-ils été évalués par métier de la chaîne de valeur en regard de votre business model ?

Plus des $\frac{3}{4}$ des entreprises ont une grande difficulté à appréhender concrètement l'apport différentiateur des données sur leur business model.

■ Pas du tout	20%
■ Faiblement	31%
■ Moyennement	27%
■ Fortement	17%
■ Totalement	5%





Approche 333 : 1^{er} défi

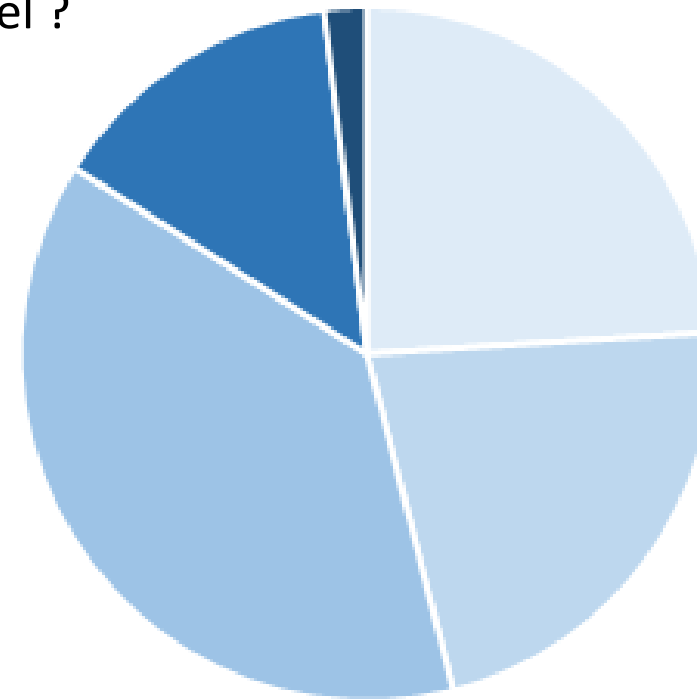
3 Leviers de Transformation Numérique – état des lieux (3/3)

3 Leviers numériques à activer

Les principaux leviers digitaux (dématérialisation, désintermédiation, plateformes, crowdsourcing/funding, freemium, inbound marketing, long tail, labs, open innovation, etc.) sont-ils connus dans votre entreprise et ont-ils été évalués par métier de la chaîne de valeur en regard de votre business model ?

Là encore, si certains leviers sont connus, le panorama des possibilités digitales reste flou pour le plus grand nombre (84%).

Pas du tout	24%
Faiblement	22%
Moyennement	38%
Fortement	14%
Totalement	2%





Approche 333 : 2^{ème} défi 3 Pièges à éviter

Pour faire mentir le Paradoxe de Solow et réussir ses projets tout en créant de la valeur...

MANUFACTURING MATTERS

The Myth of the Post-Industrial

By Stephen S. Cobb

Table

AC

Bas

Robert M. Solow

**Fantasme
Technologique**

**Gouvernance
Déficiente**

That may even be so. But then they go on, "We do not need to show that the new technologies produce a break with past patterns of productivity growth. ... [That] would be to rest on the possibilities the technologies offer, not on how effectively they are used. ... Like everyone else, we are convinced that what is going on is a real revolution, a drastic change, but it has been accompanied everywhere, not by a slowing-down of productivity growth, not by a step up. You can see the computer age everywhere but in the productivity statistics.

**Ingénierie IT
versus SI**



Approche 333 : 2^{ème} défi

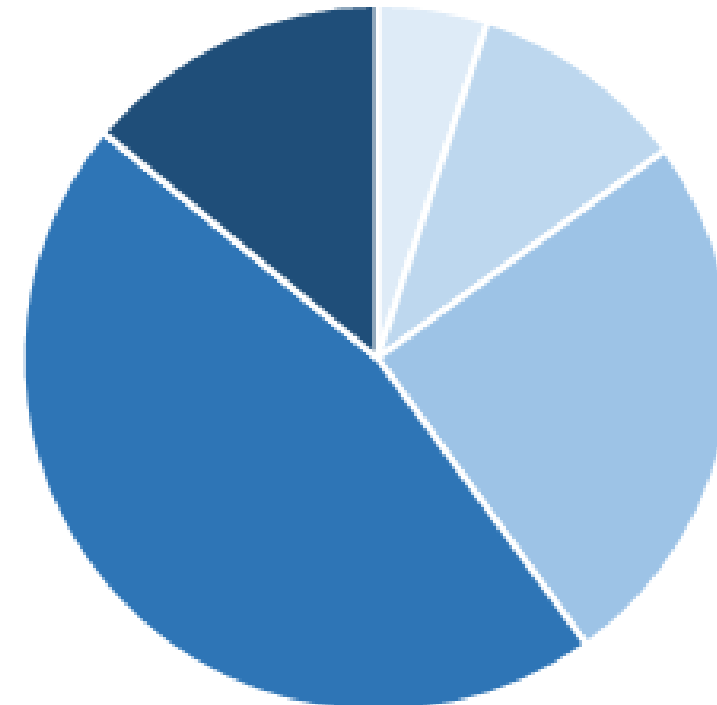
3 Pièges à éviter – état des lieux (1/3)

3 Pièges à éviter

Les Métiers ont-ils tendance à vous demander des **outils/solutions informatiques** plutôt que de parler de leur **besoin à satisfaire** ?

Pour 85% des entreprises, soit l'immense majorité, les interlocuteurs métiers privilégient la demande de solutions informatiques plutôt que d'exprimer la finalité attendue de leur besoin.

Pas du tout	5%
Faiblement	10%
Moyennement	25%
Fortement	46%
Totalement	14%





Approche 333 : 2^{ème} défi

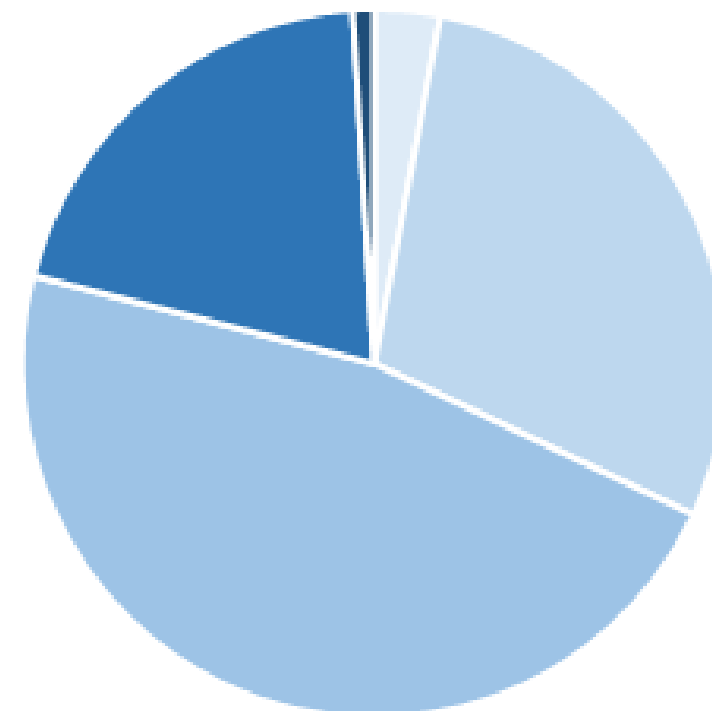
3 Pièges à éviter – état des lieux (2/3)

3 Pièges à éviter

Votre entreprise dispose-t-elle pour l'informatique/le numérique d'une **gouvernance satisfaisante** ?

Un tiers des entreprises possède une gouvernance déficiente. Seules 21% pensent avoir une gouvernance satisfaisante pour l'informatique et le numérique.

Pas du tout	3%
Faiblement	29%
Moyennement	47%
Fortement	20%
Totalement	1%





Approche 333 : 2^{ème} défi

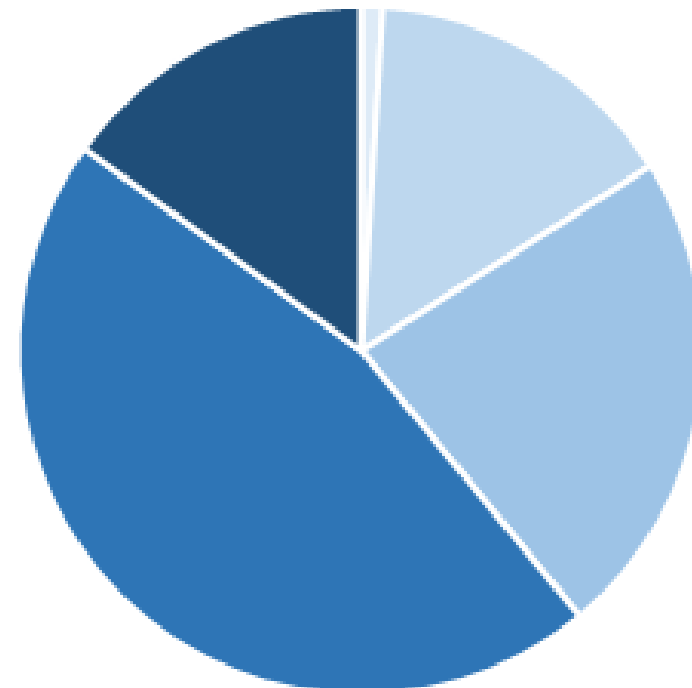
3 Pièges à éviter – état des lieux (3/3)

3 Pièges à éviter

Parle-t-on de "projets informatiques" au sein de votre entreprise ?

Pour l'immense majorité des entreprises, soit 84%, la notion de projet est toujours réduite au terme de projet informatique... or l'informatique n'est qu'une des composantes des projets. C'est bien de projets d'entreprise dont il faudrait parler.

■ Pas du tout	1%
■ Faiblement	15%
■ Moyennement	23%
■ Fortement	46%
■ Totalement	15%





Approche 333 : 3^{ème} défi

3 Facteurs Clés de succès

Pour dépasser la culture industrielle...



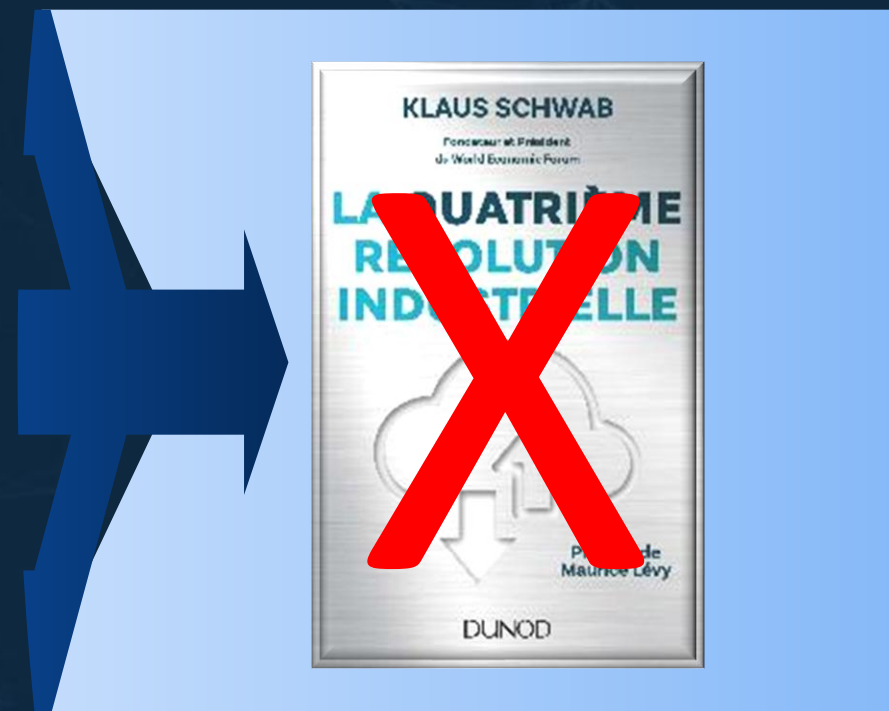
STRATÉGIE NUMÉRIQUE INTÉGRANT LES
BUSINESS MODELS ASYMÉTRIQUES ET DATA CENTRIC



CULTURE VALEUR VERSUS COÛT



PENSÉE SYSTÉMIQUE VS ANALYTIQUE





Approche 333 : 3^{ème} défi

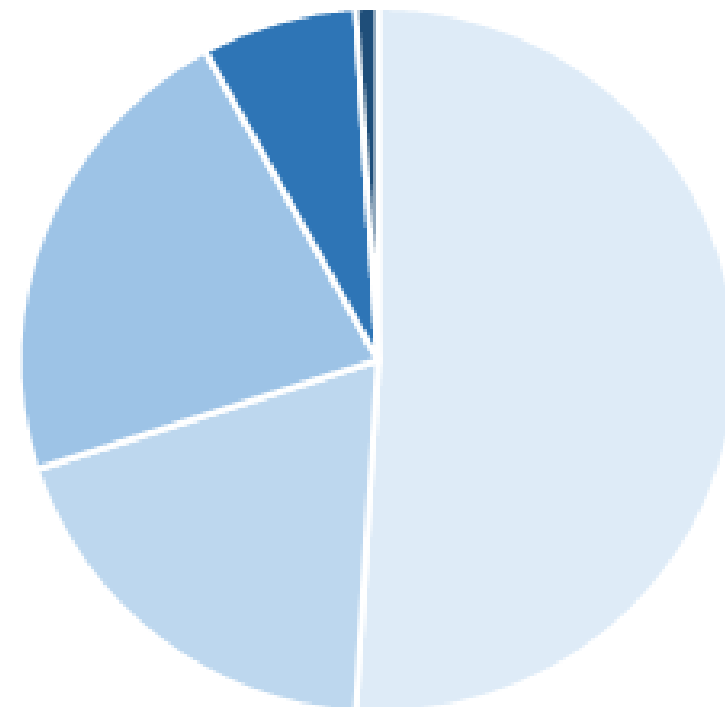
3 Facteurs Clés de succès – état des lieux (1/3)

3 Facteurs clés de succès

Disposez-vous d'une **stratégie numérique à jour et validée** par la direction Générale, intégrant les notions de Business Models Asymétriques et orientée données ?

70% des entreprises ne possèdent pas de stratégie numérique en phase avec les enjeux actuels. Seules 8% disposent d'une stratégie intégrant les notions de Business Model asymétrique et orientée données.

Pas du tout	51%
Faiblement	19%
Moyennement	22%
Fortement	7%
Totalement	1%





Approche 333 : 3^{ème} défi

3 Facteurs Clés de succès – état des lieux (2/3)

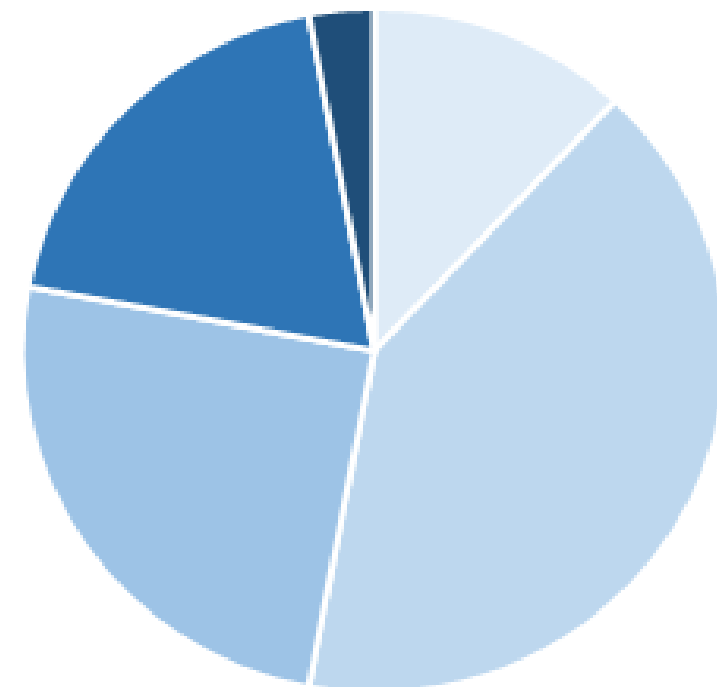


Facteurs clés de succès

Pour l'ensemble de la fonction informatique/numérique ('run' et 'build') de votre entreprise, **la culture valeur (versus coûts) est-elle présente ?**

53% des entreprises n'ont pas de culture de la valeur, contre seulement 22% qui intègrent les aspects 'run' et 'build'.

Pas du tout	12%
Faiblement	41%
Moyennement	25%
Fortement	19%
Totalement	3%





Approche 333 : 3^{ème} défi

3 Facteurs Clés de succès – état des lieux (3/3)

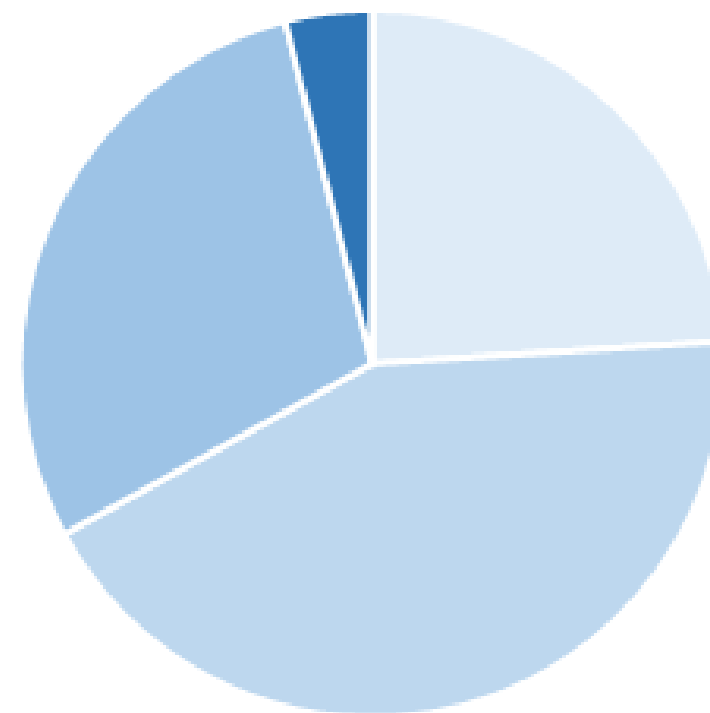


Facteurs clés de succès

La pensée systémique est-elle largement partagée au sein de votre entreprise ?

La quasi-totalité des entreprises sont enfermées dans une culture d'ingénieur privilégiant la pensée analytique. Seulement 4% des entreprises plébiscitent la pensée systémique.

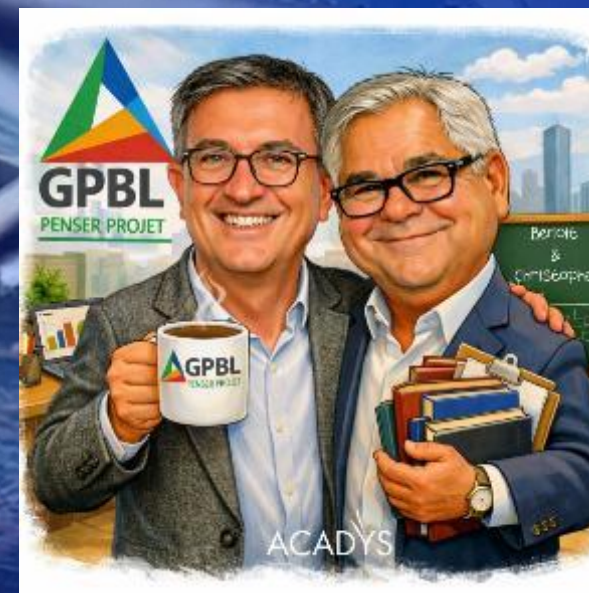
Pas du tout	24%
Faiblement	43%
Moyennement	29%
Fortement	4%
Totalement	0%



Conclusion

Il est urgent de se lancer dans la **plus grande révolution sociétale, économique et culturelle** avec méthode et intelligence !

*L'intelligence artificielle,
une chance pour tous,
une promesse pour l'avenir.*





**Un grand MERCI pour
votre participation et
attention !**



Sommaire

Introduction

1. Histoire de la création de richesse
2. Les enjeux de la Transformation d'Entreprise
3. L'avènement de l'IA générative
4. La Data au cœur de la Transformation numérique
5. Des résultats préoccupants
6. Un modèle de déploiement raisonné
7. Les principes d'une digitalisation réussie

Questions et réponses



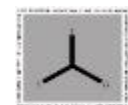
Questions et Réponses





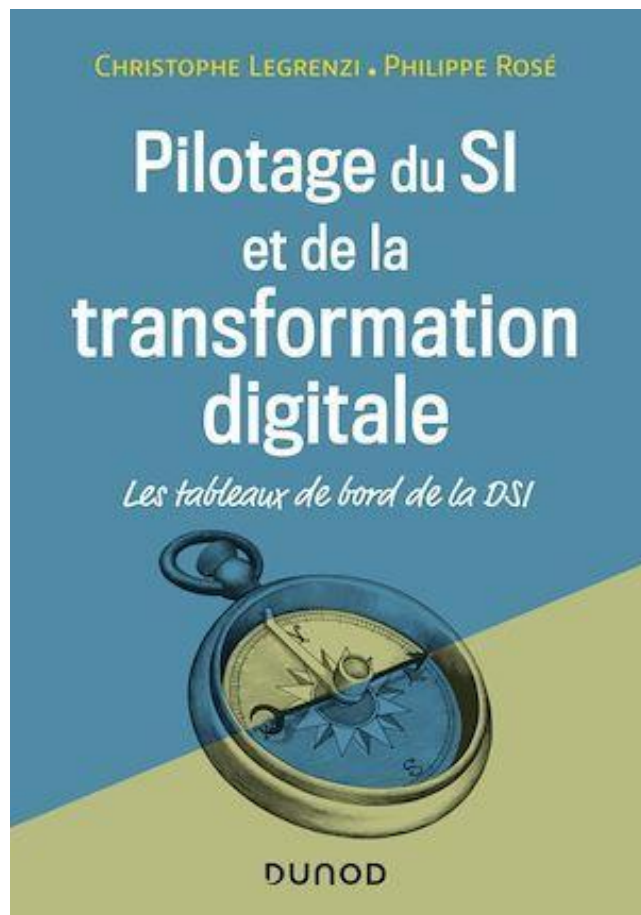
L'intervenant : Christophe Legrenzi

- **Président d'ACADYS International**, société de conseil, d'audit et de formation, spécialisée dans la stratégie, l'innovation et la transformation numérique des organisations.
- **Docteur ès sciences de gestion** (PhD IAE Nice Sophia Antipolis/CNRS), **Docteur ès International Business** (PhD International School of Management, ISM), **Ingénieur** en informatique industrielle, **Ingénieur** en informatique de gestion (PolyTech).
- **Auditeur certifié** en informatique (CISA) et en gouvernance d'entreprise et SI (CGEIT), ISACA.
- **Chercheur associé** à l'International School of Management (ISM) à Paris, New-York, Shanghai, Sao Paulo, Le Cap et Tokyo.
- **Professeur Associé** à l'Ecole des Mines pour l'Executive MBA « Leading Innovation in a Digital World », Visiting Professor à HEC, ESC..., conférencier international.
- **Vice-président du club européen de la gouvernance des systèmes d'information** et délégué général pour la France.
- **Conseiller du Commerce Extérieur de la France** (décrets ministériels du 28 Mars 2008, du 17 avril 2013, du 24 février 2016, du 16 janvier 2019 et du 11 janvier 2022).
- **Administrateur de l'Association Française d'Analyse de la Valeur (AFAV) et de l'Association Nationale des Docteurs en Economie et Sciences de Gestion (ANDESE)**
- **Auteur de nombreux ouvrages, articles et enquêtes** sur le management des systèmes d'information et du numérique.





Les 2 derniers Ouvrages publiés





ACADYS

w w w . a c a d y s . c o m

ACADYS International

Christophe LEGRENZI

Président Acadys International

Groupe ACADYS
Avenue Frédéric-César-de-La-Harpe 22
CH-1007 Lausanne

Mobile +33 (0)6 85 43 38 32
christophe.legrenzi@acadys.com

