



L'IA aux achats, à l'aube du retour sur Terre !

L'IA EST AU CŒUR DES DÉBATS DEPUIS 2 ANS MAINTENANT. FORTS DE L'EXPÉRIENCE TIRÉE DE L'INITIATIVE IA/HA MENÉE AVEC 11 GRANDS GROUPES, NOUS PROPOSONS AUJOURD'HUI UN PREMIER BILAN DE L'ADOPTION DE L'IA AUX ACHATS.



MARC DEBETS
est fondateur
des cabinets
de conseil
**By.O Group et
Apexagri**

IA GÉNÉRATIVE : UNE 1^{RE} ÉTAPE... QUI MONTRE DÉJÀ SES LIMITES

La mise en place d'outils d'IA générative en mode privé (pour la sécurité des données) est la première étape de l'adoption de l'IA. Pourtant, l'IA générative montre déjà des limites structurelles : elle adresse mal les spécificités métiers des achats.

Prenons l'exemple de la synthèse contractuelle. Une IA générative générique sait faire un résumé d'un contrat, mais ce qu'un acheteur devrait attendre d'un module d'IA de synthèse contractuelle (tel que celui réalisé par By.O et Digitalent), c'est qu'il soit capable d'analyser la nature des engagements (obligation de moyen ou de résultats...), les seuils tarifaires et quantitatifs applicables, de mettre en perspective les principaux attributs, d'alerter sur d'éventuels manques...

À la fin, l'acheteur obtient ainsi une synthèse activable des éléments clés, et non un simple résumé. La nuance est majeure !

LES SI ACHATS VONT ACCÉLÉRER L'ADOPTION DE L'IA AUX ACHATS

Chaque éditeur de logiciel achats va intégrer l'IA dans sa suite dès

2024 et 2025. Par conséquent, les directions achats expriment le besoin de connaître les road maps technologiques des éditeurs mais aussi d'en maîtriser le business model.

Cette intégration dans les suites achats actuelles devrait provoquer une adoption plus rapide de l'IA aux achats. Il y a cependant deux limites :

- ces algorithmes seront entraînés ou préentraînés sur des données qui ne seront pas spécifiques à l'entreprise ;
- les données seront rarement communicantes avec celles des autres SI de l'entreprise, ce qui peut renforcer les silos internes et externes.

LE RISQUE DE PASSER À CÔTÉ DU SUJET

L'IA délivre sa véritable valeur ajoutée dans sa capacité à croiser les données internes avec l'immensité des données externes, et la robotisation de la recherche et de l'analyse de données externes va s'imposer. Il est donc temps de "penser data" ! Cela se fera en mettant en place une véritable gouvernance des données achats, et en profitant de l'IA pour

enrichir son patrimoine de données.

Le risque serait aussi de s'enfermer dans un type de données. Par exemple, croiser des données chiffrées avec l'analyse d'images peut permettre de repérer des produits semblables, pour faire de la standardisation ou de la catégorisation automatique. Et ce n'est qu'un exemple de ce qui nous attend !

QUE CONCLURE DE CE PREMIER BILAN ?

• L'année 2025 sera encore une phase de test de l'IA aux achats, notamment sur l'enjeu clé du croisement de données internes et externes.

• Les éditeurs spécialisés vont préciser leur road map IA et le modèle économique associé.

• Les directions achats vont devoir actualiser leurs feuilles de route SI achats à l'aune de l'IA, tout en résistant à une pression majeure de leur DG suggérant fortement que la généralisation de l'IA doit faire fondre les effectifs de la fonction, et ce dès 2025...

Bon courage à tous pour l'établissement des budgets ! ■