



REVUE DE PRESSE

**CAFÉS DE
L'IA RESPONSABLE**

AU 8 DÉCEMBRE 2025

NOVEMBRE - DÉCEMBRE 2025

- **Communiqué de presse – 24 novembre 2025** p. 4
Impact AI lance « Les Cafés de l'IA responsable »
- **AEF info – 25 novembre 2025** p. 6
Avec "les Cafés de l'IA responsable", Impact IA veut former un million de salariés en 2026 à un usage éthique
- **Rh matin – 27 novembre 2025** p. 7
Les Cafés de l'IA responsable : Impact AI veut former un million de salariés d'ici fin 2026
- **News Tank RH – 27 novembre 2025** p. 12
Les Cafés de l'IA responsable : objectif 1 million de salariés formés d'ici fin 2026 (Impact AI)
- **The Good – 2 décembre 2025** p. 15
IA générative : comment limiter les dégâts environnementaux de cette techno si énergivore
- **Solutions Numériques.com – 3 décembre 2025** p. 21
« Ce n'est pas l'IA qui est responsable, c'est l'adoption qui doit l'être » Impact AI lance ses Cafés de l'IA responsable pour former 1 million de salariés
- **B Smart – 8 décembre 2025** p. 27
Détecter et tracer les contenus générés ou manipulés par l'intelligence artificielle

Impact AI lance « les Cafés de l'IA responsable »

pour former 1 million de salariés d'ici fin 2026

Impact AI, l'association de référence qui rassemble une centaine d'acteurs pour l'adoption d'une intelligence artificielle responsable, présente aujourd'hui le fruit de 7 ans de travail avec 300 managers de terrain, pédagogues des nouvelles technologies et académiques.

Le constat du collectif : l'IA se déploie rapidement dans les entreprises, mais la confiance psychologique et sociétale met du temps à se construire. Alors que certains se révèlent enthousiastes ou pragmatiques, d'autres salariés affichent anxiété et résistance. Et très peu savent utiliser l'IA de manière responsable ou ignorent vers quels modèles se tourner. Outiller tous les profils pour y répondre, c'est accélérer le passage à l'échelle de la maîtrise de l'IA responsable, un complément essentiel aux dispositifs déjà proposés.

La réponse du collectif : Impact AI présente aujourd'hui les « Cafés de l'IA Responsable », un catalogue de formations collaboratives et accessibles, conçu pour répondre aux questions que se posent les équipes, pour partager des bonnes pratiques et ancrer l'IA responsable dans le quotidien professionnel. Les modules offrent des formats ludiques et concrets pour comprendre l'IA responsable, discuter des usages réels et adopter des gestes simples adaptés aux besoins métiers. Les risques liés à des usages non-responsables (erreurs, biais, perte de confiance, inefficiences) seront également abordés pour permettre aux

équipes de repérer rapidement les points de vigilance et d'adopter les bons réflexes au quotidien. Le dispositif inclut également des parcours interactifs prêts à l'emploi (quizz, mini-défis, scénarios) pour faciliter l'animation, en présentiel comme en distanciel.



Notre premier module est présenté aujourd'hui :

« **Mon job avec l'IA** » est un podcast présenté par Impact AI, le groupe VYV et le groupe Open. Produit par le media techtrash, la série propose 10 capsules de témoignages pour vivre la vie de ces acteurs de première

ligne, dont l'emploi est déjà directement impacté par l'intelligence artificielle. Une série sans fond où espoirs et peurs s'expriment librement, afin de mieux aider les auditeurs à se questionner.

Les Cafés de l'IA Responsable seront mis en place en 2026 dans l'écosystème d'entreprises partenaires du projet. Impact AI forme les équipes d'ambassadeurs, qui transmettent ensuite les contenus et animent les sessions auprès de leurs collègues. L'objectif : toucher 1 million de salariés grâce à cette diffusion en cascade. Le catalogue est modulable, chaque entreprise choisit librement les formats et la durée (entre 1h et 3h ou plusieurs sessions courtes), selon ses besoins opérationnels.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
24 NOVEMBRE 2025

Impact AI lance « les Cafés de l'IA responsable »

pour former 1 million de salariés d'ici fin 2026

« L'Observatoire de l'IA responsable, réalisé cette année par Impact AI avec KPMG et BNP Paribas, révèle que 63 % des salariés français estiment le développement d'une IA responsable, souhaitable ou indispensable. Notre dispositif est justement ancré sur leurs aspirations non technologiques et il est pensé par des salariés, pour les salariés. »

Christophe LIÉNARD
Président d'Impact AI

« Les Cafés de l'IA responsable ne sont pas une énième formation à l'IA. Neutres de toute solution technologique et centrés sur les représentations de la relation de l'homme à la machine, ils constituent une solution originale qui répond à une vraie exigence d'intérêt général. »

Maylis CARCABAL
Directrice de la Communication de Groupe Bouygues

« Notre soutien aux Cafés de l'IA responsable s'inscrit pleinement dans notre stratégie d'adoption maîtrisée de l'IA et plus largement notre raison d'être. En tant que banque coopérative et mutualiste engagée, notre responsabilité s'exerce au travers de nos choix d'usage, de la façon dont nous les développons pour que nos IA soient dignes de confiance et frugales, et enfin de l'attention constante que nous portons à l'accompagnement de nos collaborateurs, de nos clients et de la société dans cette transformation. »

Alain ZAPPELLINI
Directeur Data & IA du Groupe Crédit Agricole

« Chez Microsoft France, nous sommes convaincus que la formation des professionnels à l'IA doit s'accompagner de la construction d'une véritable confiance dans ces technologies. C'est pourquoi nous soutenons l'initiative des Cafés de l'IA responsable, ce programme aidera les collaborateurs à identifier et échanger sur leurs craintes, réserves ou enthousiasme face à l'IA et à s'approprier ces outils de manière éclairée et responsable – une étape essentielle pour permettre une adoption à grande échelle de l'IA en toute confiance. »

Cécile CORNO
Directrice du plan de compétences en IA,
de Microsoft France

« Ce qui nous a plu dans le projet d'Impact AI, c'est son ambition de toucher une large majorité de salariés, quels que soient leur âge, leur poste ou leur profil technologique. Cette initiative complètera parfaitement les dispositifs que notre Tech Data & AI Academy déploie auprès de nos collaborateurs, afin qu'ils utilisent l'intelligence artificielle de manière responsable, efficace et en toute confiance. »

Marcin DETYNECKI
Group Chief Data Scientist
and Head of Research & Advanced AI, AXA

À PROPOS DE Impact AI

Pionnier depuis 7 ans, Impact AI, réunit plus de 100 organisations, privées comme publiques, petites ou grandes, tech et non tech dans tous les secteurs. Il s'agit du collectif de référence pour l'adoption d'une IA responsable, dans sa production comme dans ses usages. Adopter une IA responsable dans les organisations n'est pas simple. Entre pairs, les membres unissent leurs forces avec des échanges sincères et confidentiels pour aborder les vrais défis. Impact AI co-construit des bonnes pratiques de terrains. Une aide précieuse pour accélérer la diffusion d'une culture IA de confiance et des nouveaux gestes efficaces au quotidien.

Pour plus d'informations : www.impact.ai.fr



Avec "les Cafés de l'IA responsable", Impact IA veut former un million de salariés en 2026 à un usage éthique

Impact IA, qui regroupe une centaine d'entreprises, lance lundi 24 novembre son parcours "Cafés de l'IA responsable" avec l'ambition de former un million de salariés en 2026. Un premier podcast baptisé Mon job avec l'IA comprenant des témoignages sur les bénéfices d'un usage responsable de l'IA au travail, est accessible gratuitement. D'ici

Cette dépêche est réservée aux abonnés

Il vous reste 92 % de cette dépêche à découvrir.

- ◆ Retrouver l'intégralité de cette dépêche et tous les contenus de la même thématique
- ◆ Toute l'actualité stratégique décryptée par nos journalistes experts
- ◆ Information fiable, neutre et réactive
- ◆ Réception par email personnalisable

TESTER GRATUITEMENT PENDANT 1 MOIS

Test gratuit et sans engagement

[Déjà abonné\(e\) ? Je me connecte](#)

[Avec "les Cafés de l'IA responsable", Impact IA veut former un million...](#)

Les Cafés de l'IA responsable : Impact AI veut former un million de salariés d'ici fin 2026

Philippe Guerrier

Le jeudi 27 novembre 2025

Digital learning



Pour lever les freins à l'adoption de l'IA en entreprise, le think tank Impact AI et sa centaine d'organisations membres (groupes, ETI, start-up...) lance le programme Les Cafés de l'IA responsable. Un point presse a permis d'appréhender les premières orientations RH.



Lancement des Cafés de l'IA responsable : Christophe Liénard, Président d'Impact AI
(24/11/2025) - © Nicolas Friess

Les cafés IA, émanant du secteur public, se déclinent désormais dans le secteur privé.



Impact AI, un think tank français regroupant une centaine d'organisations membres dont des groupes fondateurs comme Crédit Agricole, Bouygues, Microsoft et AXA, vient de lancer Les Cafés de l'IA responsable, avec l'objectif de « former 1 million de salariés d'ici fin 2026 » (correspondant au cumul de collaborateurs dans les groupes membres).

Objectif final : « lever les freins à l'adoption de l'IA en entreprise ».

Concrètement, il s'agit d'un catalogue de modules de formations ludiques et concrets d'acculturation à l'IA « pour partager des bonnes pratiques et ancrer l'IA responsable dans le quotidien professionnel ». Le dispositif inclura une douzaine de parcours interactifs (quizz, mini-défis, scénarios...) avec des options d'animation en présentiel ou en distanciel.

« L'IA ne se déploiera pas dans nos métiers si elle n'est pas éthique et responsable », a déclaré **Christophe Liénard, Président d'Impact AI et Directeur central de l'Innovation chez Groupe Bouygues**, lors d'un point presse organisé à Paris le 24 novembre 2025.

Un premier module a été présenté sur le thème « Mon job avec l'IA », sous forme d'un podcast en 10 témoignages relatifs aux changements des métiers avec l'IA qui est présenté par Impact AI, en collaboration avec le groupe VYV et le groupe Open.

Avant le point presse d'Impact AI, **Benoît Serre, Partner & Director HR People Strategy du Boston Consulting Group (BCG)**, avait contribué à une masterclass IA en apportant son expertise RH.

« C'est une première brique pour expliquer que les métiers ne vont pas disparaître mais que certaines tâches de mon métier seront accélérées et améliorées grâce à l'IA », indique Christophe Liénard. Le catalogue avec tous les formats d'exercices mis à disposition de toutes les entreprises devrait être complété d'ici fin mars 2026.

Les Cafés de l'IA responsable : jonctions avec d'autres programmes similaires

- L'initiative Les Cafés de l'IA responsable est présentée comme une « suite des Cafés IA lancés en 2024 par Gilles Babinet et Anne Bouverot » sous la houlette de l'ancien Conseil national du numérique.
- Elle est également introduite comme une prolongation du projet gouvernemental « Osez l'IA » pour inciter les entreprises à adopter les usages IA lancé en juillet 2025 par Clara Chappaz, qui occupait le poste de ministre déléguée à l'Intelligence artificielle et au Numérique dans le gouvernement de François Bayrou. Mais Les Cafés de l'IA responsable par Impact AI ne bénéficieront pas de fonds publics.
- Ce programme fait la jonction avec d'autres projets similaires comme le plan de compétences IA de Microsoft France qui a l'ambition de former un million de Français à l'IA d'ici 2027. « Selon une récente étude de Microsoft Research, 41 % des salariés en France ont déjà adopté l'IA », évoque Céline Corno, Directrice du plan de compétences en IA de Microsoft France.

Un projet ambitieux et nécessairement collectif

« Ce sujet de l'IA de confiance et responsable est à traiter en vue d'une prise de conscience collective. Sinon, il n'y aura pas d'issue à la diffusion de l'IA dans tous nos métiers mais aussi auprès de tous nos clients. Tout le monde a traité cette phase d'adoption de l'IA pour tous. Au-delà de nos collaborateurs, il faut préparer les managers et les citoyens à tirer le meilleur parti de l'IA, il faut un projet ambitieux », évoque **Aldrick Zappellini, Chief Data & AI Officer, Directeur Data & IA du Groupe Crédit Agricole.**

Par ailleurs, il évoque la conception d'un dispositif spécifique de formation « IA pour tous » au sein de son organisation lancée en octobre 2024. « Le défi de l'adoption de l'IA par tous les collaborateurs va prendre plusieurs années », considère Aldrick Zappellini.

Selon L'Observatoire de l'IA responsable publié en janvier 2025 par Impact AI avec l'appui de KPMG et BNP Paribas :



Selon L'Observatoire de l'IA responsable publié en janvier 2025 par Impact AI avec l'appui de KPMG et BNP Paribas :

- 63 % des salariés français estiment que « le développement d'une IA responsable est souhaitable ou indispensable »,
- le taux d'adhésion à ce postulat monte à 83 % pour les utilisateurs d'IA dans le cadre professionnel.

« Les Cafés de l'IA responsable représentent une approche psychologique, civilisationnelle et apprenante pour libérer la parole des salariés et les outiller pour répondre à leurs questionnements pour qu'ils approuvent ensuite encore plus vite les formations à l'IA pure et simple. C'est aussi un outil pour lutter contre la fracture numérique », déclare **Bérengère Arnold, Directrice adjointe d'Impact AI.**

1^{re} phase d'onboarding : former 10 à 20 ambassadeurs des Cafés de l'IA responsable dans 50 organisations

« Nous sommes en train de discuter avec tous nos partenaires pour savoir comment déployer Les Cafés de l'IA responsable le plus largement possible », précise **Roxana Rugină, Directrice exécutive du think tank.**

Pour cela, des « ambassadeurs » en entreprise - entre 10 et 20 dans une série de 50 premières organisations - seront formés par Impact AI d'ici fin mars 2026 dans des contours qui restent à déterminer.

Puis ces ambassadeurs seront appelés à mobiliser les ressources pour relayer les initiatives autour des Cafés de l'IA responsable au sein de leurs organisations respectives, en s'appuyant sur des animateurs qui eux-mêmes s'adresseront aux collaborateurs de proximité.

C'est une approche qui parle au Crédit Agricole car, à travers l'IFCAM (l'Université du Groupe Crédit Agricole), le dispositif Form'Acteurs, remontant à 2014, a déjà mis en place dans ce sens.

« Nous identifions des collaborateurs sur la base du volontariat qui vont être formés. On fait des formateurs de formateurs avec des déclinaisons locales », précise Aldrick Zappellini.

Pour favoriser l'adoption du dispositif au sein des organisations, les membres d'Impact AI présents à la conférence du lancement des Cafés de l'IA responsable n'ont pas exclu l'idée de verticaliser l'approche de l'IA responsable par métier dans les organisations ou de mettre en place des comités de pilotage pour embarquer toutes les fonctions métiers ou transversales, comme les **DRH** 🍷.

« C'est un dispositif complémentaire car les groupes ont souvent déjà mis en place ce type de programmes avec des comités de pilotages et de gouvernance », évoque **Marcin Detyniecki, Head of Research and Development & Group Chief Data Scientist d'AXA**.

Les 7 engagements d'Impact AI pour une IA responsable

- « Dignité, pour une IA au service d'un utilisateur maître de ses décisions
- Robustesse, pour une IA fiable dans la durée
- Gouvernance des données, pour une IA respectueuse de la vie privée
- Transparence, pour une IA interprétable et explicable
- Équité, pour une IA qui traite chaque personne de manière juste
- Développement durable et bien-être, pour une IA qui contribue à résoudre des problèmes universels
- Responsabilité, pour une IA capable de rendre des comptes sur l'efficacité des mécanismes de minimisation des risques »

Par définition retenue par Impact AI, l'IA responsable est conçue pour respecter des principes éthiques, garantir la transparence et minimiser les risques potentiels, y compris les biais dans ses algorithmes. Elle favorise l'inclusion sociale et la protection des données, tout en étant capable de choix explicables. De plus, elle vise à améliorer le bien-être humain sans causer de dommages sociaux, environnementaux ou de santé.

Les Cafés de l'IA responsable : objectif 1 million de salariés formés d'ici fin 2026 (Impact AI)

News Tank RH -

Paris - Actualité n°421196 - Publié le 27/11/2025 à 18:20



Christophe Liénard, Président d'Impact AI (24/11/2025) - © Nicolas Friess

Il s'agit d'un catalogue de modules de formations ludiques et concrets d'acculturation à l'IA « pour partager des bonnes pratiques et ancrer l'IA responsable dans le quotidien professionnel ».

Le dispositif inclura une douzaine de parcours interactifs (quiz, mini-défis, scénarios...) avec des options d'animation en présentiel comme en distanciel. Un premier module est disponible sur le thème « Mon job avec l'IA », sous forme d'un podcast en 10 témoignages relatifs aux changements des métiers avec l'IA qui est présenté par Impact AI, en collaboration avec le groupe VYV et le groupe Open.

« L'IA ne se déploiera pas dans nos métiers si elle n'est pas éthique et responsable. C'est une première brique pour expliquer que les métiers ne vont pas disparaître mais que certaines tâches de mon métier seront accélérées et améliorées grâce à l'IA », déclare Christophe Lienard, président d'Impact AI et directeur central de l'Innovation chez Groupe Bouygues.

Le catalogue avec tous les formats d'exercices mis à disposition de toutes les entreprises doit être complété d'ici fin mars 2026.

À la même échéance, des « ambassadeurs » en entreprise - entre 10 et 20 dans une série de 50 premières organisations engagées - seront formés par Impact AI.

Deux groupes membres d'Impact IA ont apporté leurs témoignages : Crédit Agricole AXA

Les Cafés de l'IA responsable : présentation du dispositif

Le kit des Cafés de l'IA responsable intègre :

- un parcours complet non technologique, scientifique et pédagogique pour entamer un dialogue avec les salariés sur ce sujet et favoriser l'élaboration d'outils IA en co-construction ;
- un catalogue de modules ludiques et collaboratifs sur l'impact de l'IA, leurs perceptions psychologiques, sociales ou sociétales ;
- un dispositif de formation des ambassadeurs avec des parcours interactifs prêts à l'emploi : jeux de cartes, jeux de rôles, livre de bord, portraits-robots, atelier d'écriture, mini-défis, scénarios ;
- une mesure d'impact avec l'analyse des perceptions par les salariés.

Témoignages de deux groupes membres d'Impact AI

« Le défi de l'adoption de l'IA par tous les collaborateurs prendra plusieurs années » (Aldrick Zappellini, Crédit Agricole)

« Ce sujet de l'IA de confiance et responsable est à traiter en vue d'une prise de conscience collective. Sinon, il n'y aura pas d'issue à la diffusion de l'IA dans tous nos métiers mais aussi auprès de tous nos clients. Tout le monde a traité cette phase d'adoption de l'IA pour tous. Au-delà de nos collaborateurs, il faut préparer les managers et les citoyens à tirer le meilleur parti de l'IA, il faut un projet ambitieux car le défi de l'adoption de l'IA par tous les collaborateurs prendra plusieurs années », indique Aldrick Zappellini, Chief Data & AI Officer, directeur Data & IA du Groupe Crédit Agricole.

La mise en place d'ambassadeurs au nom des Cafés de l'IA responsable ressemble au dispositif Form'Acteurs établi via l'IFCAM Institut de formation du Crédit Agricole Mutuel (l'Université du Groupe Crédit Agricole) depuis 2014. « Nous identifions des collaborateurs sur la base du volontariat qui seront formés. On fait des formateurs de formateurs avec des déclinaisons locales. »

« Un dispositif complémentaire de sensibilisation » (Marcin Detyniecki, AXA)

« C'est un dispositif complémentaire de sensibilisation aux usages de l'IA car les groupes ont souvent déjà mis en place ce type de programmes avec des comités de pilotages et de gouvernance », évoque Marcin Detyniecki, Head of Research and Development & Group Chief Data Scientist d'AXA.

Les 7 engagements d'Impact AI pour une IA responsable

- « Dignité, pour une IA au service d'un utilisateur maître de ses décisions ;
- Robustesse, pour une IA fiable dans la durée ;
- Gouvernance des données, pour une IA respectueuse de la vie privée ;
- Transparence, pour une IA interprétable et explicable ;
- Équité, pour une IA qui traite chaque personne de manière juste ;
- Développement durable et bien-être, pour une IA qui contribue à résoudre des problèmes universels ;
- Responsabilité, pour une IA capable de rendre des comptes sur l'efficacité des mécanismes de minimisation des risques. »

La définition de l'IA responsable est présentée ainsi :

« Une intelligence artificielle responsable est conçue pour respecter des principes éthiques, garantir la transparence et minimiser les risques potentiels, y compris les biais dans ses algorithmes. Elle favorise l'inclusion sociale et la protection des données, tout en étant capable de choix explicables. De plus, elle vise à améliorer le bien-être humain sans causer de dommages sociaux, environnementaux ou de santé. »
Christophe Lienard

IA générative : comment limiter les dégâts environnementaux de cette techno si énergivore

L'IA a un impact environnemental colossal, présente un risque majeur sur l'emploi ou les sociabilités. Mais elle peut aussi accélérer la transition écologique. A condition d'interroger plus systématiquement sa finalité, d'éduquer la population et de former les salariés.



« On ne réussira pas la transition énergétique sans l'IA générative », affirme Chantal Jouanno, ancienne ministre de l'environnement, aujourd'hui *senior adviser* chez Accenture et co-autrice du rapport « *Le défi environnemental de l'IA* ».

Elle explique comment, en rendant ses bénéfices accessibles au plus grand nombre, l'IA conversationnelle constitue un vecteur de massification, notamment dans l'électrification des usages.

The Good

LE MARQUEUR DE LA GOOD ECONOMIE

Chez Veolia, « *Talk to my plant* » permet aux opérateurs d'échanger avec l'IA en langage du quotidien pour identifier en un temps record les pannes qui affectent leur site et trouver les solutions. Les tonnes de déchets ou les volumes d'eau traités en sont maximisés d'autant.

La start-up Entalpic applique l'IA générative à la chimie, car elle accélère le cycle de processus chimiques très énergivores. A la clé, de nouveaux matériaux durables, inventés plus rapidement et à moindre coût énergétique.

Une minute de chat avec une IA générative pour choisir un film pourrait accroître de 40% l'empreinte d'un service de streaming

Chez Sapiology, l'IA facilite les analyses de cycle de vie de chaînes de valeur complexes, en structurant des données difficiles d'accès.

Home > Supply

Notifications Jean-Michel Écoconception

Supply

Suppliers Supplier Products

Supplier Products

+ Create Supplier Product Upload supplier product list Responsible RSE

Search

Name	Unit	Average mass	Maker	Supplier	Tags	Cost	Status	Actions
Chaine	Items	0,35 kg	Chaine & Co	Bike SARL	Transmission	5,7 €	Modeled with AI	---
Courroie	Items	0,3 kg	Chaine & Co	Bike SARL	Transmission		Certified by supp	---
Tube acier DKS10	kg		Acier Inc.	Acier Inc.	Cadre Outdon		Not modeled	---
Granules PET	kg		Plastic Inc.	Plastic Inc.	Motore première	1,1 €	Certified by supp	---
Dérouleur	Items	0,27 kg	Skewid	Bike SARL	Transmission	17 €	Not modeled	---

Deepki, qui aide les gestionnaires et propriétaires d'actifs immobiliers à mesurer et neutraliser l'impact carbone de leurs actifs, l'utilise pour exploiter des données figurant sur des documents PDF faciles d'accès tels que des factures.

« L'IA Antigreenwashing évalue si une campagne respecte les règles sur la communication environnementale, témoigne Caroline Darmon, directrice RSE Publicis Groupe en France. L'IA Positive Representations suggère des façons d'aller plus loin, de faire que chaque action de communication puisse inspirer des comportements plus inclusifs ou plus écoresponsables. »

Mais le recours à l'IA n'est pas toujours aussi vertueux. C'est pourquoi la question de sa finalité devrait se poser d'entrée de jeu.

« Dans bien des cas, le recours aux technologies historiques, moins génératrices d'externalités négatives, est largement satisfaisant, affirme Frantz Gault, administrateur nature au conseil d'administration chez norsys.

« Et lorsque l'IA semble apporter de véritables gains d'efficacité, norsys développe des cadres d'usage pour assurer que l'esprit critique et le questionnement éthique garantissent un usage juste de l'IA générative. »

Seules 14% des entreprises optimisent la dépense énergétique de leurs data centers

Publicis Sapient a élaboré un outil pour évaluer si les bénéfices tirés du recours à l'IA sont supérieurs à ses coûts environnementaux.



« En permettant de modéliser l'empreinte carbone d'une opération, e-footprint aide à prendre les bonnes décisions en amont, explique Clémence Knaébel, directrice conseil innovation et développement durable de la filiale de Publicis. Par exemple, ajouter une minute de chat avec une IA générative pour choisir un film pourrait accroître de 40% l'empreinte d'un service de streaming. »

Outre sa finalité, de nombreux leviers existent pour limiter l'impact de l'IA. Des techniques logicielles permettent de baisser la consommation énergétique tout en conservant quasiment la même qualité de réponse :

- Réduire la précision des informations stockées
- Supprimer des parties de réseaux de neurones inutiles
- Transférer une partie de la connaissance des plus gros modèles vers des plus petits
- Eviter de mobiliser systématiquement toute la connaissance du modèle

Dans le déploiement, traiter plusieurs demandes en même temps ou utiliser des logiciels d'optimisation automatique pour éviter les tâches redondantes. La programmation adaptative permet d'utiliser l'IA au moment où l'énergie est la moins chère et la moins carbonée.

The Good

LE MARQUEUR DE LA GOOD ECONOMIE

Au niveau du matériel et des infrastructures de calcul, les cartes graphiques (GPU), les puces deviennent de plus en plus efficaces. Le PUE (*Power Usage Effectiveness*) des data centers s'améliore aussi, grâce à des systèmes de refroidissement plus performants et de l'optimisation énergétique en temps réel.

Bien qu'elles ne soient aujourd'hui que 14% à le faire selon une étude Accenture,

« Une entreprise peut faire le choix de calculer l'empreinte environnementale de son utilisation de l'IA, et il ne faut pas opposer sobriété et performance », affirme Julien Fanon, directeur exécutif en charge de l'activité RSE d'Accenture.

Mais pour cela, il faudrait **généraliser l'usage d'indicateurs qui les aide à choisir des prestataires** plus sobres et de normaliser les contrats. D'autant plus que la transparence sur l'impact environnemental n'est pas vraiment de mise chez les prestataires.

L'importance (encore et toujours) de la formation

Que ce soit pour y recourir à bon escient ou pour l'utiliser à moindre coût énergétique, la formation des collaborateurs à l'IA est indispensable. Ces derniers doivent notamment être conscients que la machine peut faire des erreurs, et s'abstenir de pratiquer le « *shadow IA* ».

Cette habitude de plus en plus répandue conduit des salariés à utiliser des outils grand public plutôt que ceux développés par l'entreprise. Or ces derniers, s'ils sont entraînés sur leurs propres données pour des usages plus spécifiques, sont à la fois plus performants et plus efficaces sur le plan énergétique.

« Les différents modèles d'IA sont plus ou moins bien adaptés à différents usages, et il faut faire cohabiter plusieurs modèles pour obtenir à la fois la meilleure performance et l'impact environnemental le plus limité », témoigne Julien Fanon.

The Good

LE MARQUEUR DE LA GOOD ÉCONOMIE

Sans compter que le « *shadow IA* » peut exposer des données sensibles de l'entreprise et accroître le risque de cyber-attaques.

Les entreprises investissent trois fois moins dans la formation à l'IA que dans la technologie

Pourtant, les entreprises investissent trois fois moins dans la formation à l'IA que dans la technologie. Ce qui ne signifie pas que les entreprises ne font rien.

Chez Veolia, un « Observatoire des impacts IA » a été créé pour anticiper les transformations, accompagner les équipes et les former.

Les entreprises réunies au sein d'Impact AI ont également des programmes de formation, et l'association ambitionne de former un million de salariés en 2026 grâce aux cafés de l'IA responsable qu'elle vient d'annoncer.



Avant l'entrée dans la vie active, à l'instar des Arts et Métiers, de nombreuses écoles d'ingénieurs placent l'IA et la transformation au cœur de leur enseignement. **Mais c'est plus tôt encore qu'il faudrait éduquer les jeunes à l'IA.**

En effet, l'usage récréatif, qui a un impact négatif sur la transition, connaît aujourd'hui un développement exponentiel, nettement plus rapide que dans les entreprises.

[IA générative : comment limiter les dégâts environnementaux de cette techno si énergivore - The Good](#)

Solutions
numériques
& cybersécurité

« Ce n'est pas l'IA qui est responsable, c'est l'adoption qui doit l'être » Impact AI lance ses Cafés de l'IA responsable pour former 1 million de salariés

3 décembre 2025



Né en 2018, le collectif Impact AI accélère sa mobilisation pour une IA de confiance avec le lancement des « Cafés de l'IA responsable ». Il a pour vocation première de former un million de salariés d'ici fin 2026, en s'appuyant sur un réseau d'ambassadeurs et le soutien de grands groupes comme AXA, Crédit Agricole, Bouygues et Microsoft. Christophe Liénard, président d'Impact AI, Bérangère Arnold, directrice exécutive adjointe d'Impact AI et Marcin Detyniecki, Group Chief Data Scientist chez AXA, détaillent l'ambition, la méthode et les premiers retours de terrain.

SNC : Quel constat vous a conduit à lancer les Cafés de l'IA responsable maintenant, sept ans après la création du collectif ?

Marcin Detyniecki : Pour illustrer, au début, on a beaucoup travaillé sur les risques, les biais, la régulation. On a contribué à sensibiliser les décideurs, notamment au niveau européen. Mais ces messages n'étaient pas forcément adaptés aux entreprises. On a produit des briefs pour aider à l'adoption responsable de l'IA. Et à chaque fois, il fallait redéfinir ce que veut dire « responsable ».

*« CE N'EST PAS L'IA QUI DOIT ÊTRE
RESPONSABLE, C'EST L'ADOPTION QUI DOIT
L'ÊTRE »*

Ce qui nous unit tous, c'est l'idée qu'il y a un sujet de confiance. Ce n'est pas l'IA qui est « responsable » toute seule ; ce sont les personnes et les organisations qui l'adoptent. On parle d'IA de confiance, et cette notion est partout : dans l'assurance, où il faut pouvoir payer un sinistre et rendre un service fiable ; dans l'aéronautique, où il faut avoir confiance dans les systèmes pour éviter les défaillances ; dans l'industrie, où l'IA contribue à la sécurité des employés, etc.

On s'est aussi rendu compte que, malgré les formations déjà en place – souvent très académiques – la pénétration n'était pas incroyable. C'est ce que montre notre Observatoire. Il manque quelque chose : des formats où les gens discutent, s'approprient les sujets. D'où l'idée des Cafés.

Christophe Liénard : D'abord, on s'est rendu compte qu'on avait beaucoup de matière : les briefs, les workshops, les retours terrain. On s'est demandé : qu'est-ce qu'on peut faire d'intelligent avec tout ce contenu ? Nous, on avait une partie de la réponse : un million de salariés potentiels via nos membres, une matière très structurée, une crédibilité sur l'IA responsable. En combinant tout cela, on s'est dit qu'on pouvait bâtir un programme qui forme des ambassadeurs dans chaque entreprise, qui eux-mêmes formeraient des animateurs, et ainsi de suite. On est sur une pyramide descendante de diffusion de la culture de l'IA responsable, pour construire une IA « rendue juste » et sereine.

Votre Observatoire de l'IA responsable a aussi joué un rôle dans ce lancement. Qu'est-ce que vous y avez vu qui vous a particulièrement marqué ?

C. L. : Dans le dernier Observatoire, il y a un chiffre qui nous a frappés : 63 % des salariés déclarent qu'ils veulent une IA responsable avant même d'adopter l'IA. Ils demandent de la gouvernance, des repères, la certitude que leur entreprise met en place une IA responsable, et que eux-mêmes sont dans une démarche responsable. C'est une demande très claire du terrain.

Bérengère Arnold : Dans la communauté « IA & formation », on ne fait rien tout seuls, on fait tout en collectif. Beaucoup de managers nous ont parlé des attentes des salariés, plus que des stratégies des dirigeants – qui, elles, sont souvent bien organisées aujourd'hui. On a constaté un décalage entre des stratégies d'IA très structurées et des salariés qui, eux, ne se sentent pas toujours embarqués.

On a fait un travail de segmentation en six profils de salariés, à partir de remontées qualitatives et quantitatives :

- l'« IA sachant » : déjà très avancé, voire expert ;
- l'« IA pragmatique » : intéressé, mais qui veut du concret et du lien avec son travail ;
- l'« IA curieux » : enthousiaste, fasciné par les capacités de l'IA, mais pas encore passé à l'usage ;
- celui qui se sent « face à la machine » et a peur de travailler toute la journée avec elle, de perdre ses collègues, la convivialité ;
- l'« IA hostile » pour des raisons de société, d'environnement, de valeurs ;
- et d'autres nuances intermédiaires.

Les Cafés de l'IA responsable sont arrivés comme une réponse très fine à ces attentes différenciées.

Concrètement, à quoi ressemblent ces Cafés de l'IA responsable ? Comment vous mettez le salarié au centre du dispositif ?

M. D. : Ce que cette formation apporte, c'est qu'elle met le salarié au centre. Il devient acteur d'un projet qui, souvent, lui paraît abstrait ou théorique. Deux choses sont très importantes : Il peut se projeter. Il comprend ce que l'IA change pour lui, dans son métier, dans son quotidien. On passe à l'échelle via des ambassadeurs. On forme des équipes qui peuvent déployer les Cafés et animer les discussions.

« METTRE LE SALARIÉ AU CENTRE DU DISPOSITIF »

B. A. : Les Cafés, c'est un catalogue de 12 modules que nous testons avec la communauté « IA & formation ». On propose un véritable voyage aux salariés : D'abord, libérer la parole grâce à des quiz, des jeux de cartes, des exercices ludiques et gamifiés.

L'objectif, c'est que chacun puisse exprimer ses peurs, ses attentes, ses envies par rapport à l'IA. Ensuite, le débat et l'intelligence collective avec des temps d'échange en équipe pour inventer ensemble les bonnes pratiques. Enfin, la mise en action où l'on construit en équipe des plans d'action, dans la durée, pour que les profils les plus en retrait basculent au moins du côté de la curiosité.

Votre objectif est de former un million de salariés d'ici fin 2026. Comment pensez-vous opérer ce passage à l'échelle ?

C. L. : Nous avons une centaine d'entreprises membres dans le collectif. D'ici 2026-2027, nous voulons en sélectionner une cinquantaine – plutôt de grands groupes, mais pas uniquement, puisque le collectif rassemble aussi des acteurs de plus petite taille. Dans chacune de ces entreprises, nous allons former des ambassadeurs, dans les grandes structures, il pourra y en avoir jusqu'à 20 ou plus. Ces ambassadeurs vont ensuite former des animateurs, qui eux-mêmes animeront des Cafés auprès des équipes.

On a donc une cascade : des gens qui forment d'autres, qui forment d'autres, etc. Si on arrive à tenir l'effort dans le temps, l'effet devient exponentiel. C'est comme ça qu'on peut atteindre le million.

Nous sommes en autonomie financière, avec quatre grands sponsors mécènes – AXA, Crédit Agricole, Microsoft et Bouygues – qui nous apportent un financement complémentaire et servent aussi d'entreprises pilotes.

B. A. : Nous avons lancé officiellement les Cafés le 24 novembre, avec une page dédiée sur notre site et un formulaire. Nous avons déjà une trentaine de demandes, beaucoup venant de grandes entreprises. Mais nous lançons aussi un appel à toutes les entreprises – au-delà des membres d'Impact AI – pour nous rejoindre. L'ambition, c'est de mutualiser les ressources de départ et de rendre l'adoption accessible en travaillant avec des fédérations professionnelles, des organisations patronales, l'ESS, pour proposer un modèle économique vraiment attractif, y compris pour les plus petits.

Une fois le dispositif structuré, le coût marginal par salarié est très faible et les Cafés sont faciles à déployer, y compris dans de petites structures qui n'ont ni les budgets ni les ressources pour se payer de grandes formations sur mesure.

Comment allez-vous mesurer l'efficacité réelle des Cafés de l'IA responsable ?

C. L. : D'abord, le quantitatif : combien de Cafés ? combien d'ambassadeurs et d'animateurs ? combien de collaborateurs touchés ? Ensuite, l'impact sur l'adoption : qu'est-ce qui a changé avant / après, dans la façon dont les salariés perçoivent l'IA, dans leur niveau de confiance, dans leurs usages au quotidien ?

L'Observatoire nous sert de base. Nous allons publier un grand sondage en février-mars 2026, avant le déploiement massif des Cafés, puis un autre en février-mars 2027, pour comparer le "avant / après", avec une trentaine de questions construites avec nos mécènes.

B. A. : Nos sponsors mécènes sont très exigeants et ont des engagements d'intérêt général en matière d'impact à l'échelle. Nous allons aussi renforcer l'équipe : recruter un chef de projet dédié à la mesure d'impact, industrialiser la collecte de données, automatiser le suivi pour avoir une granularité fine des résultats. C'est un vrai projet en soi.

Qu'est-ce que vous espérez, chacun, changer durablement dans les entreprises grâce à ce programme ?

C. L. : Ce qu'on veut, c'est qu'une IA responsable soit, dans les faits, bien adoptée. C'est-à-dire que l'adoption elle-même soit responsable. »

« QUE L'IA RESPONSABLE SOIT APPROPRIÉE EN PREMIÈRE LIGNE »

M. D. : D'abord, on veut que l'IA responsable soit appropriée profondément, au plus près du terrain : que ce ne soit pas seulement une fonction support ou un comité qui émet des règles, mais que cela se joue en première ligne, chez les personnes qui utilisent l'IA dans leur métier.

Ensuite, on croit beaucoup au mécanisme de partage et de discussion. Dans un monde qui change très vite, on ne peut pas tout régler uniquement avec des formations techniques. On espère installer un mécanisme durable pour accompagner le changement.

B. A. : Pour moi, l'objectif est clair : changer les comportements au quotidien. C'est ce que demandent les salariés. On teste actuellement le module dans des focus groups, une vingtaine pour l'instant, et on voit bien que ça fonctionne : les salariés se sentent écoutés, légitimes, ils prennent leur place dans la transformation. C'est cette appropriation-là, très concrète, qu'on veut généraliser.

[« Ce n'est pas l'IA qui est responsable, c'est l'adoption qui doit l'être » Impact AI lance ses Cafés de l'IA responsable pour former 1 million de salariés](#)



SMART TECH - LES INTERVIEW DE L'IA : Grégoire ...
DAILYMOTION PRO

LES INTERVIEWS DE L'IA

0:01 20:41

LES INTERVIEW DE L'IA • SMART TECH • lun. 08/12/25

Détecter et tracer les contenus générés ou manipulés par l'intelligence artificielle

Anthony Level, responsable de la stratégie chez Label4.ai, dévoile les technologies développées par cette jeune deeptech française pour détecter et tracer les contenus générés ou manipulés par l'intelligence artificielle. Face à la prolifération des deepfakes et des contenus synthétiques, l'expert explique les défis techniques de la détection et les enjeux de souveraineté pour les citoyens européens et les fournisseurs d'IA générative.