



GUIDE DE PRÉ-CADRAGE IA

Avant de lancer votre projet IA

Les 5 dimensions de la maturité, et ce qu'il faut faire quand on n'y est pas encore.



Wenovia Lab

L'IA qui libère et élève l'humain

Pourquoi ce guide

Si vous lisez ce guide, c'est probablement que vous avez fait notre diagnostic en ligne, et qu'il vous a dit que ce n'était pas encore le bon moment.

C'est en réalité une excellente nouvelle.

Durant 20 ans d'accompagnement d'entreprises à la transformation digitale, j'ai vu beaucoup de projets IA. Les meilleurs partagent presque tous les mêmes ingrédients : un cas d'usage précis, une équipe qui a le temps de s'engager, des données solides, une intention claire qui tient devant ceux qui décident. Ces ingrédients ne sont pas une affaire de chance ou de budget. Ce sont des dimensions de maturité, et chacune se travaille.

Vous tenir à cette étape de préparation, plutôt que de vous précipiter, est précisément ce qui sépare les projets qui transforment des entreprises de ceux qui s'enlisent. C'est aussi ce qui distingue les équipes les plus matures sur le sujet, en France comme dans la Silicon Valley : elles investissent du temps en amont pour en gagner beaucoup ensuite.

Ce guide vous propose une lecture honnête des 5 dimensions qui rendent un projet IA prêt à être lancé. Pour chacune : pourquoi elle compte, comment savoir où vous en êtes, et quoi faire concrètement pour la renforcer. Il s'adresse aux dirigeants de toutes tailles d'entreprise, de la TPE au grand groupe. Les modalités d'application varient évidemment selon votre contexte, mais les dimensions de maturité, elles, sont les mêmes pour tous.

Vous ne deviendrez pas prêt en lisant ces pages. Mais vous saurez exactement par où commencer. Et quand vous le serez, vous saurez aussi pourquoi vous l'êtes.

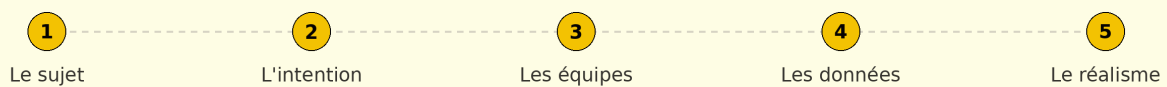
Bonne lecture.

Pascale Moncel, Fondatrice - Wenovia Lab

Les 5 dimensions de la maturité IA

Les meilleurs projets IA réussissent rarement par chance. Ils réussissent parce qu'ils ont été pensés sérieusement dans les semaines qui précèdent leur lancement, sur 5 dimensions qui sont rarement techniques.

Voici celles que nous avons identifiées comme déterminantes. Elles sont présentées dans l'ordre où elles se posent réellement, du plus enthousiasmant au plus structurant. Elles s'appliquent quelle que soit la taille de votre organisation : seules les modalités changent.



1. Le sujet

Un cas d'usage métier précis, mesurable, à fort impact.

Tout commence ici. Un sujet net rend tout le reste possible.

2. L'intention business

Pourquoi vous le faites vraiment, et ce que vous voulez mesurer.

Un POC pour explorer et un outil pour transformer ne demandent ni le même budget, ni la même méthode. La distinction se joue ici.

3. Les équipes

Qui porte le projet, avec quel temps réellement disponible.

C'est la dimension la plus stratégique : ce sont les équipes qui font vivre les outils, pas l'inverse.

4. Les données

Ce que vous avez vraiment, et ce qu'il y a à en faire.

La technique commence ici, mais la question reste business : où sont les données, qui y a accès, dans quel état elles sont.

5. Le réalisme économique

Ce que ça coûte vraiment, dans le temps comme dans l'argent.

La conclusion lucide : combien je suis prêt à investir, pour ce sujet, avec ces équipes, sur ces données.

Comment lire les pages qui suivent

Pour chacune de ces 5 dimensions, vous trouverez :

- **Le constat** : pourquoi cette dimension compte
- **Les signaux** : 3 ou 4 questions à vous poser pour situer où vous en êtes
- **Les actions** : 2 ou 3 choses concrètes à faire pour la renforcer

À la fin du guide, une grille de synthèse vous permettra de récapituler votre position sur chaque dimension, et d'identifier votre prochain chantier.

1. Le sujet

Un cas d'usage métier précis, mesurable, à fort impact.

Le constat

Les meilleurs projets IA partent toujours du même endroit : un sujet précis. Pas une intuition générale, pas une ambition de transformation - un endroit identifiable dans votre entreprise où une tâche, un processus ou une décision peut être amplifiée.

« *Il faut qu'on s'y mette* », « *On doit faire de l'IA dans la relation client* », « *L'IA va transformer notre métier* » sont des bons points de départ pour une réflexion stratégique. Ce sont rarement des bons points de départ pour un projet. Trop larges pour être cadrés, trop ambitieux pour être mesurés.

Un sujet précis, c'est tout l'inverse. Pas votre relation client en général : la qualification des demandes entrantes. Pas votre administration des ventes : la rédaction des devis récurrents à partir des données client. Pas votre activité juridique : la première lecture des contrats avant validation.

Plus un sujet est précis, plus il devient possible de le mesurer, de l'évaluer, et de construire un projet qui tient ses promesses. C'est la précision du sujet qui rend tout le reste possible : l'engagement des équipes, la mesure d'impact, l'industrialisation. Un sujet net produit un projet net, qui produit des résultats nets, que tout le monde peut interpréter.

Les signaux

Pour situer où vous en êtes sur cette dimension, posez-vous les questions suivantes :

- Pouvez-vous nommer en une phrase le processus ou la tâche que vous voulez transformer ?
- Savez-vous combien de personnes dans votre entreprise effectuent cette tâche aujourd'hui, et combien de temps elles y consacrent ?
- Pouvez-vous estimer, même grossièrement, le gain attendu (en heures, en euros, en qualité) si cette tâche était transformée ?
- Si vous demandiez à 3 personnes-clés autour de vous (associés, managers, équipe de direction selon votre contexte) de décrire ce sujet, donneraient-elles à peu près la même réponse ?

Si vous avez répondu « oui » à 3 questions ou plus, votre sujet est mûr pour devenir un projet. Sinon, vous avez une excellente matière première et quelques heures de travail collectif à investir.

Les actions

1. Organisez un atelier de cadrage avec les bonnes personnes.

Réunissez pour une demi-journée 4 à 6 personnes : un dirigeant ou décideur qui porte l'enjeu, deux opérationnels qui font la tâche au quotidien, et un référent technique (votre informatique interne, votre prestataire IT, ou la personne de l'équipe qui s'y connaît le mieux). Demandez à chacun de décrire la tâche actuelle, ses irritants, et ce qu'ils en attendent. Vous découvrirez des angles que personne, seul dans son bureau, n'aurait identifiés. C'est précisément ce travail collectif qui transforme une intuition en sujet.

2. Quantifiez avant de qualifier.

Avant de débattre de la solution, mesurez le problème. Combien d'heures par semaine ? Combien de dossiers traités ? Quel taux d'erreur ? Quelle valeur générée ? Ces chiffres seront vos meilleurs alliés : pour convaincre vos parties prenantes, pour cadrer les attentes, et pour célébrer la réussite du projet une fois lancé.

3. Réduisez le périmètre jusqu'à ce qu'il fasse mal.

La tentation est toujours d'élargir le sujet pour qu'il « *vaille le coup* ». Faites l'inverse. Un sujet ramené à un processus, une équipe, une typologie de cas, est infiniment plus rapide à transformer et plus facile à étendre ensuite. C'est la stratégie des meilleures équipes produit : commencer petit, prouver vite, étendre fort.

2. L'intention business

Pourquoi vous le faites vraiment, et ce que vous voulez mesurer.

Le constat

Une fois le sujet identifié, la question qui suit est aussi simple qu'elle est stratégique : qu'est-ce que vous attendez réellement de ce projet ?

Cette question paraît évidente. Elle ne l'est pas. Les meilleurs projets IA partagent tous une intention claire, formulable en une phrase, défendable devant ceux qui décident. Ceux qui s'enlisent sont presque toujours ceux dont l'intention est restée implicite, ou multiple, ou non assumée.

Trois grandes intentions cohabitent souvent dans la tête des dirigeants : **explorer** (apprendre par un POC, sans engagement de production), **transformer** (changer durablement un métier avec un outil mesurable), ou **démontrer** (montrer en interne ou en externe que l'entreprise s'y met). Chacune est légitime. Mais elles ne demandent ni le même budget, ni la même équipe, ni la même méthode. Confondre les trois est l'origine la plus fréquente des projets qui déçoivent.

Une intention claire, c'est aussi un sponsor identifié : la personne qui porte politiquement le projet, qui défend son budget et qui assume ses résultats. Dans une PME, le sponsor est souvent le dirigeant lui-même. Dans une organisation plus grande, c'est un membre du comité de direction directement bénéficiaire. Dans tous les cas, sans sponsor identifié, l'intention reste un sujet de réunion. Avec un sponsor, elle devient un cap.

Les signaux

Pour situer où vous en êtes sur cette dimension, posez-vous les questions suivantes :

- Pouvez-vous formuler en une phrase ce que vous attendez du projet, en commençant par un verbe d'action mesurable (réduire, augmenter, automatiser, libérer) ?
- Si le projet réussit dans 6 mois, savez-vous précisément ce que vous mesurerez pour le dire ?
- Avez-vous identifié, par son nom, la personne qui portera politiquement le projet ?
- Cette personne est-elle au courant, et a-t-elle dit « *je porte* » explicitement (même si c'est vous-même) ?

Si vous avez répondu « oui » à 3 questions ou plus, votre intention est claire et défendable. Sinon, vous avez une bonne occasion de transformer une envie en projet structuré.

Les actions

1. Écrivez l'intention en une seule phrase, et faites-la valider.

Forcez-vous à formuler ce que vous attendez en une phrase, pas un paragraphe. « *Réduire de 40% le temps passé à la qualification des demandes entrantes* » est une intention. « *Améliorer la relation client grâce à l'IA* » n'en est pas une. Faites circuler cette phrase auprès de 3 ou 4 personnes-clés autour de vous. Si elles la reformulent toutes différemment, c'est qu'elle n'est pas encore prête.

2. Choisissez votre intention dominante, et assumez-la.

Explorer, transformer ou démontrer : choisissez. Vous pouvez en avoir plusieurs au fil du temps, mais à un instant donné, sur un projet donné, une seule doit primer. Cela vous évitera des conflits silencieux entre votre équipe (qui veut transformer), votre comité ou vos associés (qui veulent démontrer) et votre prestataire (qui pense explorer).

3. Identifiez et embarquez votre sponsor.

Le sponsor n'est pas le chef de projet. C'est la personne qui défendra le projet quand les vents tournent. Dans une petite structure, c'est souvent vous, le dirigeant, et c'est très bien. Dans une plus grande, c'est idéalement quelqu'un directement bénéficiaire des résultats. Dans tous les cas, bloquez 30 minutes avec cette personne (ou prenez ce temps avec vous-même), partagez votre phrase d'intention, et obtenez un « *je porte* » explicite. Sans cette étape, le projet sera structurellement fragile.

3. Les équipes

Qui porte le projet, avec quel temps réellement disponible.

Le constat

Les outils IA les plus brillants ne tiennent que par les équipes qui les portent. C'est probablement la dimension la plus déterminante de la maturité d'un projet, et celle qui distingue les entreprises qui transforment de celles qui accumulent les pilotes.

Un projet IA, ce n'est pas un livrable qu'on achète puis qu'on déploie. C'est un changement de pratique, parfois discret, parfois profond, dans la manière dont une équipe travaille. Sans temps d'équipe disponible pour s'appropriier l'outil, l'adapter, le faire évoluer, l'outil le plus performant finit dans le tiroir d'un usage théorique.

Les meilleurs projets, dans la Silicon Valley comme ailleurs, fonctionnent en « *one pizza team* » : une équipe assez petite pour être nourrie avec une seule pizza, qui porte le projet de bout en bout. Concrètement : 2 à 4 personnes dans une petite structure, 4 à 8 dans une organisation plus grande. Pas un comité de pilotage de 15 personnes qui se réunit tous les mois. Une équipe resserrée, qui passe du temps réel sur le sujet. Dans une petite structure, la même personne peut cumuler plusieurs rôles, et c'est souvent un avantage : moins de coordination, plus d'agilité.

Cette dimension est souvent sous-estimée parce qu'elle ne se voit pas dans un budget. Pourtant, c'est elle qui transforme un investissement en valeur durable. Identifier les bonnes personnes, et leur dégager le temps réellement nécessaire, est l'acte de management le plus structurant que vous ferez sur ce projet.

Les signaux

Pour situer où vous en êtes sur cette dimension, posez-vous les questions suivantes :

- Avez-vous identifié, par leur nom, les 2 à 8 personnes qui formeront l'équipe cœur du projet (le nombre dépend de la taille de votre structure) ?
- Ces personnes ont-elles été consultées sur leur intérêt et leur disponibilité, ou ont-elles été désignées d'office ?
- Pouvez-vous estimer, en jours par semaine, le temps que chacune pourra réellement consacrer au projet ?
- Leur charge actuelle a-t-elle été ajustée pour libérer ce temps, ou s'agit-il d'un « *en plus du reste* » ?

Si vous avez répondu « oui » à 3 questions ou plus, votre équipe est prête à embarquer. Sinon, vous avez l'opportunité de construire l'équipe avant de lancer le projet, ce qui est exactement le bon ordre.

Les actions

1. Composez votre one pizza team.

Visez 2 à 8 personnes pluridisciplinaires selon la taille de votre structure : un sponsor (vu en dimension 2), un référent métier qui connaît la tâche dans le détail, un référent technique, et idéalement un utilisateur final. Dans une petite structure, certains rôles peuvent être tenus par la même personne. Privilégiez les personnes motivées et disponibles aux personnes les plus seniors. La motivation et la disponibilité battent presque toujours l'expertise pure, parce qu'on apprend en faisant.

2. Sécurisez le temps avant tout le reste.

Avant de discuter solution, technologie ou planning, négociez le temps. Combien de jours par semaine, par personne, pour combien de mois ? Faites-le valider formellement par les responsables concernés (ou par vous-même si c'est vous qui décidez). Un projet IA qui se fait « *en plus du reste* » est un projet qui ne se fera pas. Cette négociation est souvent la conversation la plus difficile, et la plus déterminante.

3. Créez les conditions de l'intelligence collective.

Une équipe alignée ne se décrète pas, elle se construit. Démarrez par un atelier de lancement d'une demi-journée à une journée pour partager la vision, écouter les irritants de chacun, et co-construire les premières hypothèses. Continuez avec un rituel régulier (point hebdomadaire de 30 minutes, démo bi-mensuelle des progrès). C'est dans ces moments que les équipes apprennent à travailler ensemble, et que les meilleurs projets se font.

4. Les données

Ce que vous avez vraiment, et ce qu'il y a à en faire.

Le constat

Les données sont le carburant de tout projet IA. Plus elles sont accessibles, propres, bien structurées, plus le projet ira vite et loin. Cette dimension a la réputation d'être technique : elle est en réalité d'abord une affaire de connaissance de soi, pour l'entreprise.

Les meilleurs projets démarrent avec une cartographie honnête : où sont les données utiles au sujet ? Dans quel système ? Sous quel format ? Qui y a accès ? À quelle fréquence sont-elles mises à jour ? Cette cartographie n'a rien de complexe. Dans une grande organisation, elle se fait avec votre DSI ou votre responsable data. Dans une plus petite, elle se fait avec votre informatique interne, votre prestataire IT, ou simplement la personne de l'équipe qui connaît le mieux vos outils. Quelques heures de discussion suffisent, et elles changent tout sur la suite du projet.

Une bonne nouvelle : vous n'avez pas besoin d'avoir des données parfaites pour démarrer. Beaucoup d'entreprises se freinent en pensant qu'il faut d'abord « *faire le ménage* » avant de lancer un projet IA. C'est rarement vrai. Les meilleurs projets composent avec les données existantes, identifient les lacunes en avançant, et améliorent la qualité au fil du chemin. La perfection est l'ennemie du démarrage.

En revanche, certaines questions doivent être tranchées avant de lancer : la propriété des données, leur conformité réglementaire (RGPD notamment), leur portabilité, et la possibilité de les utiliser pour entraîner des modèles. Mieux vaut clarifier ces points en cadrage qu'au moment du lancement en production.

Les signaux

Pour situer où vous en êtes sur cette dimension, posez-vous les questions suivantes :

- Savez-vous, pour le sujet identifié, quelles données seront nécessaires et où elles se trouvent dans votre système d'information ?
- Avez-vous parlé à votre référent technique du projet, et obtenu un premier retour sur l'accessibilité de ces données ?
- Les questions de conformité (RGPD, données personnelles, propriété) ont-elles été identifiées, même si elles ne sont pas encore résolues ?
- Êtes-vous prêt à accepter de démarrer avec des données imparfaites, en améliorant leur qualité au fil du projet ?

Si vous avez répondu « oui » à 3 questions ou plus, votre socle data est solide pour démarrer. Sinon, quelques heures de discussion avec votre référent technique vous y emmèneront rapidement.

Les actions

1. Faites une cartographie data en une demi-journée.

Réunissez votre référent technique et la personne qui connaît le mieux le sujet métier. Listez ensemble : les sources de données pertinentes, leur format, leur volume, leur fréquence de mise à jour, leurs propriétaires. Cette cartographie tient sur une page. Elle vous fera gagner des semaines.

2. Tranchez tôt sur la conformité.

Identifiez les enjeux RGPD, de propriété intellectuelle et de confidentialité dès le cadrage. Si vous traitez des données personnelles, faites le point avec un expert en protection des données (votre DPO si vous en avez un, un conseil externe sinon). Si vous envisagez d'utiliser des modèles externes, clarifiez ce qui peut être envoyé à un fournisseur tiers et ce qui doit rester en interne. Ces questions sont plus simples à résoudre en amont qu'en production.

3. Acceptez de démarrer imparfait.

Plutôt que d'attendre des données idéales, choisissez le périmètre où vos données existantes sont suffisantes pour produire un premier résultat utile. C'est cette approche itérative, propre aux meilleures équipes produit, qui transforme un sujet de réflexion en projet concret. Les améliorations data viendront naturellement, portées par les besoins réels du projet.

5. Le réalisme économique

Ce que ça coûte vraiment, dans le temps comme dans l'argent.

Le constat

Vous arrivez à la dernière dimension, celle qui transforme une ambition en décision. Une fois le sujet net, l'intention claire, l'équipe identifiée et les données cartographiées, reste la question la plus opérationnelle : combien, et combien de temps ?

Les meilleurs projets IA partagent un même rapport au budget : honnête sur les coûts, précis sur les délais, et lucide sur les retours attendus. Pas de promesses miraculeuses, pas de chiffres flous, pas de plan à 3 ans qui se révèle obsolète au bout de 6 mois.

En pratique, un premier projet IA structuré se découpe en plusieurs étapes aux coûts contrastés. Le cadrage représente une fraction du budget total : quelques jours d'expertise, accessible à toutes les tailles d'entreprise. Le prototype demande davantage : quelques semaines de travail. La validation et l'industrialisation sont les étapes les plus engageantes, et leur coût varie fortement selon le périmètre, la complexité, les volumes et la taille de votre organisation. Pour une PME, ces ordres de grandeur restent contenus. Pour une ETI ou un grand groupe avec des volumes importants, ils peuvent être significatifs. Dans tous les cas, ils méritent d'être affinés avec un partenaire spécialisé pour votre cas précis.

Côté délais, les meilleurs projets de la première étape (de l'idée au prototype testable) tiennent en moins de 3 mois. C'est court, et c'est délibéré : un projet qui dépasse cette durée perd l'engagement de l'équipe et l'attention des décideurs.

Le ROI, lui, arrive rarement avant 6 à 12 mois. Pas parce que la technologie est lente, mais parce que l'adoption par les équipes prend ce temps-là. Anticiper ce délai, c'est éviter la frustration et installer le projet sur la durée.

Les signaux

Pour situer où vous en êtes sur cette dimension, posez-vous les questions suivantes :

- Avez-vous une enveloppe budgétaire, même approximative, dédiée au projet ?
- Cette enveloppe est-elle séquencée par étape (cadrage, prototype, industrialisation), ou pensée d'un seul bloc ?
- Avez-vous une vision réaliste du délai entre lancement et premiers résultats mesurables (entre 3 et 12 mois selon les cas) ?
- Êtes-vous prêt à accepter qu'un projet bien mené puisse aussi conclure « *continuons* » ou « *arrêtons* », sans que ce soit un échec ?

Si vous avez répondu « oui » à 3 questions ou plus, votre cadre économique est sain. Sinon, vous avez l'occasion de poser les bases qui sécuriseront l'ensemble du projet.

Les actions

1. Pensez en étapes, pas en projet global.

Découpez votre budget en étapes successives, avec une décision « *go/no-go* » à la fin de chacune. Cadrage d'abord, prototype ensuite, validation puis industrialisation. Chaque étape a son budget, ses livrables, ses critères de succès. Cette logique préserve votre liberté de décision et votre budget, tout en gardant le projet en mouvement. Elle est particulièrement précieuse pour les structures qui ne peuvent pas engager de gros montants d'un seul coup.

2. Mesurez le coût du non-projet.

Avant de débattre du coût du projet, mesurez ce que vous coûte la situation actuelle. Combien d'heures perdues par mois sur la tâche ciblée ? Combien d'erreurs ? Quelle valeur non créée ? Cette comparaison transforme le débat budgétaire : il ne s'agit plus de « *combien on dépense* », mais de « *combien on récupère* ».

3. Donnez-vous le droit d'arrêter.

Le meilleur signe d'un projet bien cadré n'est pas qu'il aboutisse à tout prix. C'est qu'à chaque étape, vous puissiez décider, en connaissance de cause, de continuer ou de vous arrêter. Cette liberté, paradoxalement, est ce qui donne aux meilleurs projets leur qualité d'exécution. Quand l'équipe sait que la décision sera prise sur les faits et non sur l'égo, elle travaille mieux.

En conclusion

Vous voilà au bout de ce guide. Si vous l'avez lu activement, vous avez maintenant une vue claire de votre position sur les 5 dimensions de la maturité IA.

Votre tableau de synthèse

Reprenez chaque dimension, et notez où vous en êtes. Cette grille n'a de valeur que si vous la remplissez honnêtement, pour vous-même.

Dimension	Mes "oui" aux signaux	Position
1. Le sujet	____ / 4	<input type="checkbox"/> Solide <input type="checkbox"/> À renforcer
2. L'intention business	____ / 4	<input type="checkbox"/> Solide <input type="checkbox"/> À renforcer
3. Les équipes	____ / 4	<input type="checkbox"/> Solide <input type="checkbox"/> À renforcer
4. Les données	____ / 4	<input type="checkbox"/> Solide <input type="checkbox"/> À renforcer
5. Le réalisme économique	____ / 4	<input type="checkbox"/> Solide <input type="checkbox"/> À renforcer

Règle simple : 3 « oui » ou plus = dimension solide. 2 « oui » ou moins = dimension à renforcer.

Et maintenant ?

Si vos 5 dimensions sont solides : vous êtes prêt. Sérieusement prêt. C'est rare et précieux. Le moment est venu de passer à l'étape suivante avec un partenaire qui saura cadrer concrètement votre premier projet. Nous sommes là pour cet échange.

Si une seule dimension est à renforcer : vous êtes très proche. Concentrez-vous sur cette dimension dans les semaines qui viennent en suivant les actions du chapitre concerné. Vous devriez être prêt en quelques semaines.

Si deux dimensions ou plus sont à renforcer : vous avez du travail intéressant devant vous, et c'est tant mieux. Travaillez les dans l'ordre du guide (le sujet d'abord, le réalisme économique en dernier). Chaque dimension renforcée vous rapproche d'un projet qui tient ses promesses.

Une dernière chose

Personne ne fait un projet IA seul. Quel que soit votre niveau de maturité aujourd'hui, vous gagnerez à en parler avec quelqu'un qui en a fait beaucoup. Pas pour vous vendre une solution.

Pour vous aider à voir ce que vous ne voyez pas encore.

Quand vous serez prêt, ou si vous voulez simplement échanger sur votre situation, vous savez où nous trouver.

Si vous voulez qu'on reste en contact

Travailler ces dimensions prend du temps, et personne ne le fait seul. Si vous voulez qu'on reste en contact pendant que vous avancez, envoyez-moi simplement un mot à **contact@wenovialab.com** en disant « *je travaille mon pré-cadrage* ».

Je vous enverrai à votre rythme quelques notes ou ressources qui peuvent aider, sans démarchage commercial. Vous décidez quand vous voulez en parler vraiment, ou si vous préférez qu'on s'arrête là.

Wenovia Lab

Pascale Moncel, Fondatrice

contact@wenovialab.com

06 60 81 54 35

wenovialab.com

Petit glossaire pour s'y retrouver

Le vocabulaire de l'IA évolue vite et peut sembler technique. Voici, en une phrase chacun, les termes que vous croiserez le plus souvent dans vos lectures et conversations sur le sujet.

Agent IA (ou IA agentique)

Un système IA qui ne se contente pas de répondre à une question, mais qui peut exécuter une suite d'actions de manière autonome pour atteindre un objectif (par exemple, lire vos emails, identifier ceux qui demandent une réponse, et préparer les brouillons).

API (Application Programming Interface)

Une interface technique qui permet à un logiciel de communiquer avec un autre, par exemple pour intégrer les capacités d'un modèle d'IA dans votre propre outil métier.

Données structurées / non structurées

Les données structurées sont organisées en tableaux (votre CRM, votre comptabilité). Les données non structurées sont libres : emails, contrats, documents, photos, enregistrements audio.

Deep learning

Une technique d'IA qui apprend à partir de très grandes quantités d'exemples, en imitant le fonctionnement en couches du cerveau humain. C'est ce qui permet aux IA modernes de reconnaître des images ou de générer du texte.

Fine-tuning (ou ajustement)

L'opération qui consiste à spécialiser un modèle d'IA général sur les données et le vocabulaire propres à votre métier, pour qu'il soit plus pertinent dans votre contexte.

Hallucination

Quand une IA générative invente une information fautive mais présentée avec aplomb. C'est l'un des risques principaux à anticiper dans tout projet IA.

IA générative

Une famille d'IA capable de créer du contenu nouveau (texte, image, code, son) à partir d'une consigne donnée en langage naturel. ChatGPT, Claude, Gemini, Mistral en font partie.

LLM (Large Language Model, ou grand modèle de langage)

Un modèle d'IA générative spécialisé dans la compréhension et la production de texte. C'est la technologie au cœur des assistants conversationnels actuels.

Machine learning (ou apprentissage automatique)

La famille de techniques par lesquelles un système informatique apprend à partir de données plutôt que d'être programmé règle par règle. Le deep learning en est une branche.

MVP (Minimum Viable Product)

La version la plus simple d'un produit ou d'un outil qu'il est possible de mettre entre les mains d'utilisateurs réels pour valider qu'il répond à un vrai besoin. Différent du POC : un POC prouve qu'on

peut faire, un MVP prouve qu'on devrait faire.

POC (Proof Of Concept)

Un projet court et limité dont l'objectif est de prouver qu'une idée est techniquement faisable, avant de décider d'aller plus loin. Souvent confondu avec le MVP, mais le POC vise la faisabilité technique, pas l'usage réel.

Prompt

La consigne (souvent en langage naturel) que vous donnez à une IA générative pour obtenir un résultat. La qualité du prompt fait souvent la qualité du résultat.

RAG (Retrieval-Augmented Generation)

Une technique qui permet à une IA générative de répondre en s'appuyant sur vos propres documents, plutôt que sur ses seules connaissances générales. Très utilisée pour des assistants internes.

Wenovia Lab · contact@wenovialab.com · 06 60 81 54 35 · wenovialab.com