



EN ENTREPRISE, L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GAGNE DES NEURONES

DOSSIER RÉALISÉ PAR BRUNO GOUPILLE

Encore balbutiante dans ses utilisations pour l'entreprise, l'intelligence artificielle gagne néanmoins du terrain et enrichit ses neurones pour toujours plus d'efficacité. Elle aide au diagnostic, rationalise les organisations, fait performer l'offre commerciale et anticipe sur les dérapages. Des exemples dans le Loiret.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, COMMENT ÇA MARCHE ?

L'intelligence artificielle (IA) : ensemble des théories et des techniques développant des programmes informatiques complexes capables de simuler certains traits de l'intelligence humaine (raisonnement, apprentissage...).

Machine learning, ou apprentissage automatique : permet à un programme informatique d'apprendre à effectuer une tâche à partir de l'analyse de données.

Deep learning, ou apprentissage profond : repose sur la construction de réseaux de neurones artificiels connectant des masses de données très importantes. Utilisé pour la reconnaissance des visages ou la voiture autonome.

Data science : discipline qui étudie les données massives (big data) et les méthodes permettant de les transformer en ressources utiles pour aider à la décision, prédire ou optimiser (maîtriser les coûts, améliorer l'efficacité d'un process ou une offre commerciale...).

→ Benoît Lahaye, créateur du réseau Attila « L'intelligence artificielle nous alerte avant d'aller dans le mur »

Ancien couvreur, Benoît Lahaye utilise l'intelligence artificielle de façon prédictive pour piloter le réseau de 100 agences d'entretien de toiture qu'il a créé.

« Ce n'est pas parce que votre carnet de commandes est plein que vous n'allez pas vous planter dans quelques mois ! » Benoît Lahaye manie aussi bien le paradoxe qu'il a manipulé autrefois le marteau de couvreur. Une époque pas si lointaine puisque c'est en 2007 qu'il a ouvert, à 30 ans, sa première agence franchisée d'entretien de toiture sous le nom d'Attila. Il avait choisi ce nom guerrier par référence au fameux chef des redoutables Huns derrière lesquels l'herbe ne repoussait pas, tout comme le robot nettoyeur de toiture qu'il avait inventé ne laissait pas revenir la mousse. La mise au point de cette machine astucieuse lui avait valu une médaille d'or au célèbre Concours Lépine en 2001. C'est sur le concept d'entretien du « capital toiture » que Benoît Lahaye a construit le succès de la marque Attila, dont il vient d'inaugurer la centième agence franchisée, avec la perspective d'en ouvrir cent de plus d'ici cinq ans. « Une toiture représente un capital important, trop souvent négligé et qu'il est pourtant facile de valoriser en l'entretenant régulièrement », argumente-t-il. Ce discours porte auprès des entreprises, des collectivités locales et des syndicats de copropriété, qui forment l'essentiel de la clientèle d'Attila.

Un chercheur doctorant embauché

Le couvreur entré à 15 ans en apprentissage chez les Compagnons du devoir est devenu le gestionnaire d'un réseau franchisé qui fait travailler 700 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 70 M€ l'an dernier. Le métier de Benoît Lahaye est aujourd'hui celui d'un manager qui anime un réseau de franchisés depuis son siège de Villemandeur.

Le recours à l'intelligence artificielle s'est imposé progressivement pour piloter un groupe en pleine croissance et en fort développement. « Depuis un an et demi, nous avons embauché un chercheur doctorant de l'université d'Orléans pour travailler sur nos données et en extraire des enseignements utiles pour notre activité, explique Benoît Lahaye. Sur la base des analyses des taux de transformation par rapport aux devis, de l'évolution de la trésorerie et de multiples autres paramètres, nous sommes capables de fournir des indicateurs très précis à nos franchisés. Nous avançons sur l'élaboration de modèles prédictifs qui vont anticiper sur la situation de chaque franchise avec neuf mois d'avance. »

Un modèle robuste de développement

Le patron du réseau Attila donne l'exemple d'erreurs que le modèle prédictif permet d'éviter, comme la fausse impression de confort que procure un carnet de commandes rempli alors qu'une chute de l'activité est probable car on aura relâché la prospection. Le suivi numérique peut alerter sur les écarts d'une agence par rapport aux autres en pointant l'indicateur en décalage et proposer les mesures correctives.



Benoît Lahaye compte porter son réseau à 200 franchisés d'ici cinq ans.

« Avec les technologies du machine learning, il va être possible de créer un algorithme qui se complète et s'enrichit lui-même pour dégager des perspectives de gestion, poursuit Benoît Lahaye. Notre objectif est de créer un modèle robuste pour l'implantation et le développement de nos agences franchisées. » Car l'entrepreneur de Villemandeur, qui installe un nouveau siège près de Lyon, a encore de nombreux projets en perspective, comme le déploiement d'agences franchisées Roofi, dédiées à l'entretien des toitures des particuliers.