



L'IA NE PENSE PAS À VOTRE PLACE

Produire avec l'intelligence artificielle sans perdre sa singularité — et construire ses premiers agents marketing

MATHILDE BISMUTH

Consultante en stratégie marketing · CMO externalisée · Formatrice
Pour les dirigeants de PME et d'ETI

NOTE D'INTENTION

Ce livre blanc ne défend ni l'IA naïve, ni le retour à la machine à écrire

Il défend une discipline : utiliser la puissance de production de l'IA sans lui abandonner ce qui fait la valeur d'un dirigeant, d'un expert ou d'une marque — le jugement, le contexte, la contradiction et la décision.

Depuis toujours, les dirigeants délèguent une partie de la préparation intellectuelle. Les responsables politiques travaillent avec des conseillers, des documentalistes et des rédacteurs de discours. Les dirigeants d'entreprise s'appuient sur des cabinets, des équipes marketing et des experts métier. Personne n'exige d'eux qu'ils aient tapé chaque mot. On exige qu'ils assument la position qui porte leur nom.

L'IA ne change pas cette exigence. Elle l'intensifie. Parce qu'elle produit vite, bien présenté et avec assurance, elle peut donner l'illusion qu'un raisonnement est terminé alors qu'il vient à peine de commencer.

UNE CONVICTION SIMPLE

Il n'y a aucune honte à faire produire un contenu par l'IA. La responsabilité commence après : réfléchir, challenger, vérifier, reformuler et s'approprier.

LA PHRASE À RETENIR

Je n'ai pas besoin de pouvoir dire que chaque mot est sorti de ma tête. En revanche, je dois pouvoir défendre chaque phrase qui porte mon nom.

À qui s'adresse ce guide ?

- Aux dirigeants de PME et d'ETI qui veulent accélérer leur production marketing sans banaliser leur marque.
- Aux directions qui voient se multiplier les usages individuels, mais pas encore les gains collectifs.
- Aux experts et équipes marketing qui doivent transformer des réponses générées en décisions fiables.
- À ceux qui souhaitent passer du prompt occasionnel à des agents simples, cadrés et pilotables.

Ce document propose une méthode volontairement pragmatique : comprendre le risque, reconnaître les bons cas d'usage, construire une première architecture d'agents et conserver une validation humaine explicite.

REPÈRES DE LECTURE

Sommaire

Le guide suit un chemin simple : comprendre ce que l'IA change, cadrer les usages, puis construire un dispositif que les équipes peuvent réellement piloter.

COMPRENDRE ET POSER LE CADRE		CONSTRUIRE ET DÉPLOYER	
Synthèse dirigeant	4	6. Quand créer un agent	17
1. Déléguer l'écriture	5	Choisir un dispositif avant l'outil	18
2. Le risque : déléguer son jugement	6	7. Les fondations d'un agent utile	19
3. Pourquoi les contenus se ressemblent	7	8. Une équipe de trois agents	21
Le protocole anti-générique	8	9. Ce qui reste sous contrôle humain	23
4. Cas réel anonymisé	9	10. Déployer, tester et mesurer	24
Trois cas publics sourcés	11	Contrat, checklist et auto-diagnostic	25-27
5. Du prompt à l'agent	13	Conclusion	28
Créer un premier agent sans coder	14	Sources	29
Matrice et canevas de prompt	15-16	À propos et prise de rendez-vous	30

Les intitulés et les numéros de page sont cliquables dans la version numérique.

SYNTHÈSE DIRIGEANT

Six décisions avant de déployer l'IA dans votre marketing

#	Décision	Conséquence opérationnelle
1	Distinguer produire et décider	L'IA peut préparer, comparer et proposer. Elle ne porte ni la responsabilité ni les conséquences.
2	Exiger un point de vue	Un contenu utile défend une thèse, fait un choix et accepte de ne pas plaire à tout le monde.
3	Organiser la contradiction	Le modèle doit rechercher les objections et les preuves contraires, pas seulement améliorer votre formulation.
4	Créer des agents par rôle	Un agent stratège, un rédacteur et un contradicteur sont plus contrôlables qu'un assistant censé tout faire.
5	Définir une validation humaine	Le droit de publier, d'engager une dépense ou de contredire un expert reste attribué à une personne nommée.
6	Mesurer la valeur réelle	Suivre le temps gagné, le taux de reprise, la qualité factuelle et l'effet business — pas le volume produit.

80 % déclarent un gain de productivité individuelle	37 % déclarent un impact EBIT positif	6 % sont classées 'high performers' IA
---	---	--

McKinsey, enquête mondiale 2026 auprès de 1 719 répondants. Indicateurs distincts et déclaratifs. [1]

Le message pour une PME ou une ETI est net : faire utiliser l'IA ne suffit pas. La valeur apparaît lorsque les tâches, les responsabilités et les boucles de validation sont repensées.

CHAPITRE 1

Déléguer l'écriture n'a rien de nouveau

La honte est mal placée : la vraie question est celle de la responsabilité.

Le débat public confond souvent deux actes différents : écrire soi-même et penser par soi-même. Or un dirigeant peut ne pas rédiger la première version d'un texte tout en assumant pleinement l'idée, les arbitrages et les conséquences.

Le parallèle avec les responsables politiques

Un discours politique est rarement l'œuvre d'une seule main. Des équipes documentent le sujet, proposent des angles, rédigent des versions, testent des formules et préparent les objections. Cette délégation n'est pas automatiquement considérée comme une fraude. Elle devient problématique lorsque l' élu récite une position qu'il ne comprend pas, ne partage pas ou ne peut pas défendre.

Il en va de même pour l'IA. Qu'un modèle propose un plan, une première version ou dix formulations n'a rien de honteux. Il a accès à une masse considérable de structures linguistiques et peut accélérer les tâches préparatoires. Mais il ne connaît pas spontanément l'histoire de votre entreprise, vos contraintes implicites, les compromis acceptables, ni la promesse que vous êtes réellement prêt à tenir.

LE TEST DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Si un client, un collaborateur ou un journaliste vous demande : « Pourquoi affirmez-vous cela ? », pouvez-vous répondre sans rouvrir la fenêtre de conversation avec l'IA ?

Une délégation acceptable repose sur trois engagements

- Compréhension : je sais ce que le texte affirme et ce qu'il laisse de côté.
- Vérification : j'ai contrôlé les faits, les sources et les exemples importants.
- Appropriation : j'ai reformulé pour que le texte corresponde à ma pensée, mon vocabulaire et mon niveau de nuance.

La transparence utile ne consiste donc pas à apposer mécaniquement une étiquette « écrit avec l'IA » sur chaque brouillon. Elle consiste à ne pas masquer une expertise inexistante, à respecter les obligations applicables et à conserver un responsable humain identifiable.

CHAPITRE 2

Le vrai danger : déléguer son jugement

Une réponse fluide peut ressembler à une décision sans en avoir la solidité.

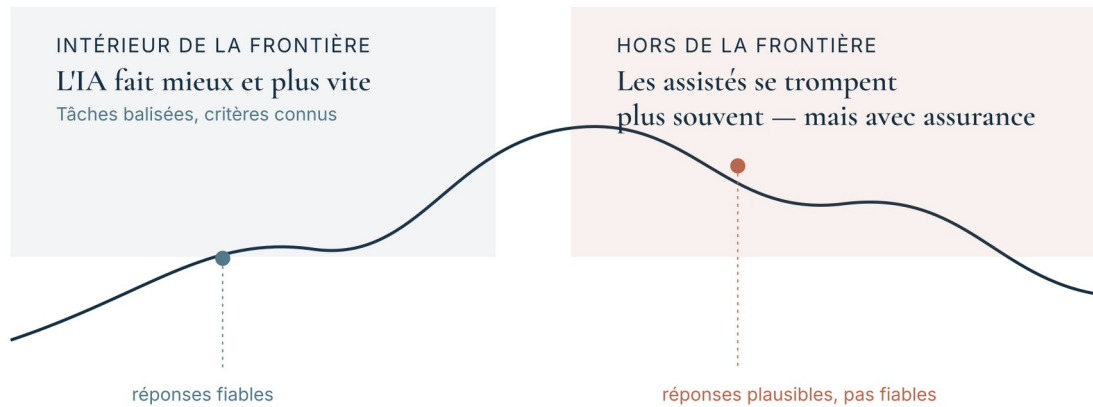


Schéma original, inspiré de l'expérience randomisée auprès de 758 consultants — Dell'Acqua et al. [3]

L'étude de Dell'Acqua et ses coauteurs donne une image utile : la frontière de capacité de l'IA est irrégulière. Sur certaines tâches, l'outil fait mieux et plus vite. Sur une tâche située hors de cette frontière, les participants assistés ont moins souvent trouvé la bonne réponse que le groupe sans IA. Pourtant, les productions assistées restaient jugées plus cohérentes et plus convaincantes.

LE PIÈGE MANAGÉRIAL

Plus une réponse paraît claire, plus un dirigeant pressé peut sous-estimer le coût de sa vérification. La forme devient alors un substitut à la preuve.

Trois signaux d'alerte

- L'IA sert à rouvrir une décision à chaque fois qu'elle formule une objection plausible.
- Une recommandation d'expert doit se justifier face à dix contre-propositions générées en quelques secondes.
- La direction confond quantité d'alternatives et qualité du raisonnement.

CHAPITRE 3

Pourquoi tous les contenus finissent par se ressembler

L'IA produit facilement du probable. Une marque a besoin de produire du reconnaissable.

Sans cadrage, les modèles reviennent vers des structures moyennes : introduction prudente, longues phrases, transitions convenues, listes symétriques, conclusion consensuelle. Le texte est grammaticalement propre, mais il ne laisse presque aucune trace après lecture.

NIVEAU INDIVIDUEL

Chaque texte gagne en qualité perçue



nouveauté et utilité perçues en hausse, en moyenne

NIVEAU COLLECTIF

Les productions assistées se ressemblent davantage



diversité collective des contenus produits en baisse

Schéma original, inspiré des résultats de Doshi & Hauser sur la créativité individuelle et la diversité collective. [4]

Dans leur expérience, l'aide générative a amélioré en moyenne la nouveauté et l'utilité perçues des histoires produites individuellement, mais les histoires assistées se sont davantage ressemblées entre elles. Le gain individuel peut donc s'accompagner d'une perte de diversité collective.

Le contenu générique a cinq symptômes

Symptôme	Ce que le lecteur ressent
Phrases à rallonge	Une impression de sérieux sans priorité claire.
Formules interchangeables	Le texte pourrait appartenir à n'importe quelle entreprise.
Survol du sujet	Des évidences bien écrites, mais peu d'apprentissage.
Absence de risque	Aucun choix, aucune conviction, aucune conséquence.
Rythme uniforme	Une lecture prévisible qui donne envie de décrocher.

Le protocole anti-générique en sept passes

01 Thèse

Résumer la conviction défendue en une phrase contestable.

02 Preuve

Associer chaque affirmation importante à une source, un exemple ou une expérience.

03 Précision

Remplacer les mots vagues : "optimiser", "innover", "transformer", "pertinent".

04 Contradiction

Formuler la meilleure objection possible, puis décider si elle change la conclusion.

05 Voix

Réintroduire votre vocabulaire, vos ruptures de rythme et vos limites assumées.

06 Coupe

Supprimer 20 % du texte : répétitions, précautions inutiles et transitions automatiques.

07 Défense orale

Expliquer le contenu en deux minutes sans le lire. Ce qui résiste vous appartient.

UNE RÈGLE SIMPLE

L'IA peut livrer le premier jet. Elle ne doit jamais avoir le dernier mot sur le fond, le niveau de preuve et la voix.

CHAPITRE 4

Cas réel anonymisé : quand l'IA finit par arbitrer toute l'entreprise

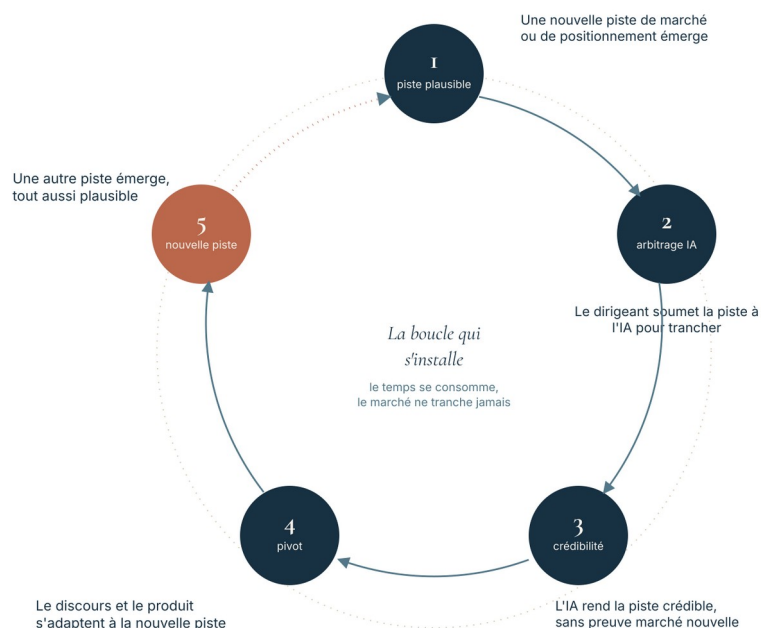
Cas inspiré d'une expérience réelle. Certains détails ont été modifiés pour préserver la confidentialité.

La situation

Dans une startup technologique, le produit pouvait répondre à plusieurs problèmes et donc viser plusieurs marchés. Le dirigeant sollicitait l'IA pour arbitrer presque toutes les décisions : marché à adresser, positionnement, priorités commerciales, feuille de route R&D et nouveaux développements.

Chaque piste paraissait plausible. Au lieu de choisir un problème client et de confronter ce choix aux ventes, l'entreprise changeait régulièrement de direction. Les équipes devaient adapter le discours et le produit aux nouvelles hypothèses suggérées ou confortées par l'IA.

La boucle qui s'installe



LE VRAI RISQUE

Le problème n'était pas une erreur isolée. En répondant au cadrage du dirigeant, l'IA pouvait rendre crédible presque n'importe quelle direction. Elle transformait des intuitions successives en pseudo-arbitrages, sans preuve marché nouvelle.

Le coût de la dispersion

Coût	Manifestation dans l'organisation
Positionnement	Le marché prioritaire change ; la promesse s'élargit et perd en résonance auprès de chaque cible.
Produit / R&D	De nouveaux développements apparaissent au fil des hypothèses — parfois de simples lubies confortées par l'IA — et la roadmap reste mouvante.
Ventes	Le produit peut théoriquement répondre à tout, mais aucun problème n'est formulé assez précisément pour déclencher l'achat.
Temps	Les équipes rouvrent les analyses, rejettent les choix et abandonnent des travaux à peine lancés.
Trésorerie	Le cash burn finance une R&D permanente sans validation commerciale ni ventes suffisantes.

Pourquoi le modèle 'disait ce qu'il voulait entendre'

Les modèles conversationnels sont sensibles au cadrage et peuvent adopter la position implicite de l'utilisateur. La littérature parle de sycophancy : la tendance à ajuster la réponse aux opinions exprimées, y compris lorsqu'elles sont erronées. Des travaux récents suggèrent aussi que les affirmations formulées avec certitude favorisent davantage cette complaisance que les questions ouvertes. [6][7]

Le correctif : un protocole de décision avant le prompt

- Fixer un marché prioritaire, un problème client et une période de test avant de rouvrir la direction.
- Écrire les critères de décision et les données manquantes avant d'interroger l'IA.
- Comparer les options avec les mêmes critères, en séparant faits, hypothèses et préférences.
- Refuser tout nouveau développement sans hypothèse testable, responsable, métrique commerciale et date d'arrêt.
- Conserver un journal : décision, preuves, responsable et condition explicite de réexamen.

QUESTION DE GOUVERNANCE

Quelle donnée nouvelle autorise un pivot, un changement de cible ou un développement supplémentaire ? Sans seuil explicite, l'IA transforme chaque lubie en nouvelle piste de R&D.

CAS PUBLICS SOURCÉS

Trois entreprises, une même leçon : l'IA utile reste cadrée

Ces groupes ne sont pas des modèles à copier à l'échelle. Leurs communications publiques montrent toutefois trois choix de conception transférables : un périmètre précis, des sources maîtrisées et une sortie humaine possible.

INDUSTRIE · THYSSENKRUPP AUTOMATION ENGINEERING

Un copilote placé au plus près du travail d'ingénierie

En 2024, Siemens a annoncé le déploiement prévu de son Industrial Copilot chez thyssenkrupp Automation Engineering. L'assistant aide notamment les ingénieurs à générer du code d'automatisation et à préparer des visualisations de machines.

FAIT PUBLIC

L'usage est rattaché à un environnement métier identifié. Le savoir industriel et le logiciel d'ingénierie encadrent la réponse.

À RETENIR POUR UNE PME/ETI

Ne commencez pas par « déployer l'IA ». Choisissez un geste métier répétitif, ses données autorisées et la personne capable de contrôler le résultat.

Source publique : [Siemens, 24 octobre 2024](#)

CE QUE CE CAS NE DIT PAS

Il ne prouve pas qu'un copilote tranche mieux qu'un expert. Il illustre une assistance spécialisée à l'intérieur d'un processus existant.

LE MOTIF TRANSFÉRABLE**01 Cadre métier**

Documents, règles et vocabulaire du domaine.

02 Assistance délimitée

Une préparation ou génération observable.

03 Contrôle compétent

Une personne capable de refuser et corriger.

Question à vous poser — Quel geste métier suffisamment stable pourrait être préparé par l'IA sans lui déléguer la décision ?

CAS PUBLICS SOURCÉS · SUITE

Deux garde-fous visibles : la marque et la possibilité de reprendre la main

RETAIL / BEAUTÉ · L'ORÉAL

Créer à grande échelle sans dissoudre les codes de marque

L'Oréal présente CREAITECH comme un espace interne d'expérimentation. Le dispositif s'appuie sur des modèles adaptés aux codes visuels de ses marques et sert aussi à former les équipes marketing.

FAIT PUBLIC

L'expérimentation est reliée à une base de marque et à l'apprentissage des équipes, pas seulement à la génération de volumes.

À RETENIR POUR UNE PME/ETI

La singularité ne vient pas d'un prompt plus spectaculaire. Elle vient de références propres, d'exemples commentés et d'une validation éditoriale.

Source publique : [L'Oréal, 21 mai 2024](#)

SERVICES · KLARNA

Automatiser un périmètre tout en maintenant l'escalade humaine

Klarna a déployé un assistant pour des demandes de service client, dont les remboursements et retours. Dans sa communication de lancement, l'entreprise précise que les clients peuvent toujours choisir un conseiller humain.

FAIT PUBLIC

L'assistant traite une famille de demandes identifiable. La sortie humaine reste explicitement disponible.

À RETENIR POUR UNE PME/ETI

Un agent fiable connaît sa limite. Définissez les cas qu'il prépare, ceux qu'il exécute et ceux qu'il doit immédiatement transmettre.

Source publique : [Klarna, 27 février 2024](#)

Les résultats cités par ces entreprises sont déclaratifs et liés à leur contexte. Ils ne constituent ni un benchmark, ni une promesse de résultat pour une PME ou une ETI.

CHAPITRE 5

Du prompt à l'agent : changer d'unité de travail

Un agent utile répète une responsabilité cadrée ; il ne remplace pas une fonction entière.

Dans ce guide, un agent désigne un système configuré pour accomplir une tâche au nom d'un utilisateur : il reçoit une mission, suit des instructions, mobilise un contexte et éventuellement des outils, puis restitue un résultat selon des critères définis. Un assistant personnalisé sans action autonome peut déjà jouer ce rôle dans une première étape. L'important est moins le vocabulaire que la clarté opérationnelle.

Prompt, assistant ou agent ?

Niveau	Usage	Limite
Prompt ponctuel	Une demande isolée : reformuler un titre, résumer un document.	Le contexte et les critères sont reconstruits à chaque fois.
Assistant configuré	Un rôle stable avec des instructions et des exemples réutilisés.	Il reste dépendant de l'utilisateur pour lancer et relier les étapes.
Agent	Une tâche récurrente avec entrées, sorties, outils, contrôle et journalisation.	Il exige gouvernance, tests et gestion des exceptions.
Système multi-agents	Plusieurs rôles spécialisés qui se contrôlent ou se complètent.	Complexité et coûts augmentent ; à réserver aux workflows stabilisés.

Commencez par le niveau le plus simple qui résout réellement le problème. Les architectures impressionnantes ne compensent jamais une mission floue.

MODE D'EMPLOI

Créer un premier agent sans coder

Un premier agent n'est pas nécessairement un système autonome. Il peut commencer comme un espace IA dédié, avec une mission stable, des sources précises et une règle claire de validation humaine.

La méthode en 45 minutes

01 Choisir une seule tâche

Récurrente, délimitée et peu risquée : préparer un plan, synthétiser des retours ou décliner un contenu.

03 Ajouter les bonnes sources

Fournir trois à cinq documents utiles et imposer la citation des informations importantes.

05 Imposer un contrôle

Demander de distinguer faits, hypothèses et incertitudes, puis d'appliquer une checklist avant restitution.

02 Écrire le contrat

Préciser la mission, le destinataire, l'entrée, la sortie attendue, les interdits et les cas à escalader.

04 Montrer la qualité attendue

Donner deux bonnes sorties commentées et un contre-exemple expliqué.

06 Tester sur dix cas

Mesurer le temps net gagné, les reprises nécessaires et les erreurs avant d'élargir l'usage.

POINT DE DÉPART — À AFFINER AVEC LA MATRICE SUIVANTE

Tu es l'agent [nom]. Ta mission est de [action] pour [destinataire]. Travaille uniquement à partir de [sources]. Produis [format]. Distingue les faits des hypothèses, cite les preuves importantes et signale ce qui manque. Ne réalise jamais [actions interdites]. Si le risque dépasse [limite], demande une validation humaine.

Commencez par cet agent unique. La chaîne stratège-rédacteur-contradicteur présentée plus loin constitue un niveau d'organisation supplémentaire, pas un prérequis.

OUTIL PRATIQUE

La matrice pour construire le bon prompt

Un bon prompt n'est pas une formule magique : c'est un mini-brief. Ne cochez pas tout. Sélectionnez seulement les options utiles à la tâche, puis précisez vos choix dans la dernière colonne.

Bloc	Options à cocher	À préciser
1. Intention	☐ Explorer ☐ Comparer ☐ Produire ☐ Recommander ☐ Contrôler	Quelle décision ou action suivra ?
2. Niveau de risque	☐ Faible ☐ Modéré ☐ Élevé	Ce que l'IA ne doit jamais décider seule
3. Contexte	☐ Entreprise ☐ Marché ☐ Cible ☐ Contraintes ☐ Décisions passées	3 à 5 faits indispensables
4. Sources	☐ Documents internes ☐ Données ☐ Web autorisé ☐ Avis expert	Liste, hiérarchie et date de fraîcheur
5. Posture	☐ Neutre ☐ Créative ☐ Critique ☐ Contradictrice ☐ Opérationnelle	Point de vue attendu
6. Méthode	☐ Faits / hypothèses ☐ Scénarios ☐ Arbitrages ☐ Meilleure objection	Étapes obligatoires
7. Sortie	☐ Note ☐ Tableau ☐ Plan ☐ Contenu ☐ Checklist ☐ Recommandation	Longueur, structure et ton
8. Qualité	☐ Exactitude ☐ Profondeur ☐ Singularité ☐ Traçabilité ☐ Concision	Seuil ou grille de validation
9. Validation humaine	☐ Toujours ☐ Si doute ☐ Au-dessus d'un seuil ☐ Avant action	Nom du valideur
10. Escalade	☐ Source absente ☐ Désaccord ☐ Risque fort ☐ Action irréversible	Quand s'arrêter et demander

Règle de sobriété : chaque consigne doit modifier la sortie. Si une case ne change ni la méthode, ni le contrôle, ni le format, laissez-la vide.

CANEVAS À COMPLÉTER

Transformer les cases cochées en prompt

Assemblez les blocs dans cet ordre. Le canevas fonctionne pour une analyse marketing, un arbitrage business, une synthèse R&D ou une production de contenu.

1. Mission	Tu es [rôle opérationnel]. Ta mission est de [verbe + objet] pour [destinataire]. Le résultat servira à [décision ou action].
2. Contexte	Voici les faits et contraintes qui ne doivent pas être réinventés : [marché, cible, offre, décisions déjà prises, limites].
3. Sources	Travaille à partir de [liste]. Priorité à [source]. Cite la preuve au niveau de l'affirmation et signale toute contradiction ou information périmée.
4. Méthode	Commence par reformuler la question sans reprendre mon opinion. Distingue faits, hypothèses, inférences et préférences. Compare [options] selon [critères].
5. Contradiction	Construis la meilleure objection à ma position. Indique la donnée qui pourrait invalider ta conclusion et ce qui manque pour trancher.
6. Livrable	Produis [format], en [longueur], structuré ainsi : [rubriques]. Adopte un ton [3 adjectifs] pour [public].
7. Qualité	La sortie est acceptable si elle respecte [critères / score]. Évite [tournures génériques, longueurs, mots interdits] et conserve les nuances utiles.
8. Limites	Ne décide jamais [actions interdites]. Si [risque, source absente, désaccord ou seuil] survient, arrête-toi et demande une validation à [personne].

CHECKLIST AVANT ENVOI

- ☐ La décision finale reste attribuée à une personne.
 ☐ Les sources sont nommées.
 ☐ Le format est observable.
 ☐ L'IA doit signaler ce qu'elle ignore.
 ☐ Une objection est demandée.
 ☐ Une condition d'arrêt est prévue.

Le prompt cadre une exécution ; il ne remplace ni les données du marché, ni un test client, ni la responsabilité du décideur.

CHAPITRE 6

Quand créer un agent — et quand s'en abstenir

Le bon cas d'usage combine répétition, valeur, contrôle et données disponibles.

Créer un agent si...	Ne pas créer d'agent si...
La tâche revient souvent avec des entrées comparables.	Le besoin est rare, ambigu et fortement politique.
Le résultat attendu peut être décrit et évalué.	Personne ne sait définir ce qu'est une sortie acceptable.
Les sources ou données nécessaires sont accessibles.	La mission exige des informations absentes ou non fiables.
Une personne peut valider les cas à risque.	Le système agirait sans recours sur un sujet irréversible.
Le coût actuel de coordination est visible.	Le projet est motivé seulement par l'effet de mode.

Matrice de priorisation

Tâche marketing	Fréquence	Risque	Premier niveau recommandé
Décliner un contenu validé	Élevée	Faible	Assistant configuré
Préparer une veille thématique	Élevée	Moyen	Agent avec sources + revue
Proposer un angle de campagne	Moyenne	Moyen	Stratège + contradicteur
Répondre à une crise publique	Faible	Très élevé	Humain, IA en appui seulement
Modifier une offre ou un prix	Faible	Très élevé	Décision humaine documentée
Qualifier des leads selon règles	Élevée	Moyen	Agent testé + supervision

AVANTAGE PME/ETI

Choisir une tâche étroite, la confier à un propriétaire métier et tester avec dix cas réels permet d'apprendre plus vite qu'un programme généraliste lancé dans toute l'entreprise.

AVANT L'OUTIL

Choisir un dispositif, pas une marque

Un outil ne transforme pas une tâche floue en bon processus. La bonne sélection commence par le travail à accomplir, les preuves disponibles et le niveau de contrôle attendu.

01 Tâche

Une action délimitée, répétitive et observable.

03 Accès

Des droits alignés sur les rôles réels de l'équipe.

05 Traçabilité

La possibilité de retrouver source, sortie et correction.

07 Intégration

Une place claire dans le flux de travail existant.

02 Sources

Des documents autorisés, datés et identifiables.

04 Validation

Une personne nommée avant publication ou action.

06 Réversibilité

Un retour manuel simple si le dispositif échoue.

08 Propriété

Un responsable métier qui maintient règles et exemples.

LES QUESTIONS À POSER AVANT DE SIGNER

- ☐ Où vont les données et combien de temps sont-elles conservées ?
- ☐ Peut-on limiter les sources, les actions et les utilisateurs ?
- ☐ L'agent montre-t-il ses sources et conserve-t-il un historique exploitable ?
- ☐ Peut-on exporter les instructions, les exemples et les journaux ?
- ☐ Que se passe-t-il lorsque la réponse est incertaine ou le service indisponible ?

Bon à savoir — Aucun outil n'est « conforme au RGPD » par simple déclaration. La conformité dépend de votre finalité, des données utilisées, des rôles, des contrats, des réglages et de l'information donnée aux personnes.

Source publique : [CNIL — IA : comment être en conformité avec le RGPD](#)

SIGNAL D'ACHAT À ÉVITER

Si la démonstration commence par tout ce que l'outil sait faire, sans partir de la tâche que vous devez mieux exécuter, vous évaluez un produit — pas un dispositif de travail.

CHAPITRE 7

Les sept fondations d'un agent marketing utile

Avant l'outil, écrire le contrat de travail.

1 Mission

Un verbe, un objet, un destinataire et un résultat : "préparer une note de positionnement pour le comité de direction".

2 Périmètre

Ce que l'agent peut faire, ce qu'il doit refuser et les cas qu'il doit escalader.

3 Contexte d'entreprise

Offre, clients, vocabulaire, stratégie, contraintes, décisions déjà prises et sujets sensibles.

4 Sources

Documents autorisés, date de fraîcheur, hiérarchie des preuves et obligation de citer.

Règle de formulation

Évitez : "Tu es un expert marketing brillant." Préférez : "À partir des documents fournis, identifie trois options de positionnement. Pour chacune, distingue les faits, les hypothèses et les risques. Cite la page ou l'URL utilisée. Si l'information manque, indique-le."

POURQUOI ?

Le compliment définit une posture. Le contrat définit un comportement observable.

LES 7 FONDATIONS · SUITE

Faire de la qualité un système, pas une impression

5 Règles éditoriales

Longueur, niveau de langage, structure, mots interdits, rythme, degré d'engagement et exemples de phrases à éviter.

6 Exemples

Deux bonnes sorties commentées et une mauvaise sortie expliquée valent souvent mieux qu'une page d'adjectifs.

7 Critères de validation

Exactitude, utilité, singularité, conformité, traçabilité et action attendue. Chaque critère doit pouvoir être contrôlé.

Une grille de qualité sur 20 points

Critère	0 point	1 point	2 points
Exactitude	Affirmations invérifiables	Sources partielles	Sources reliées aux affirmations
Profondeur	Généralités	Quelques implications	Arbitrages et conséquences
Singularité	Interchangeable	Quelques marqueurs de voix	Point de vue reconnaissable
Clarté	Long et confus	Compréhensible	Hiérarchisé et mémorisable
Contradiction	Aucune objection	Objection faible	Meilleure objection traitée
Utilité	Aucune suite	Conseils généraux	Décision ou action précise
Traçabilité	Sources absentes	Liste finale seulement	Citation au niveau de la phrase
Appropriation	Non défendable oralement	Partiellement assumé	Défendable sans l'IA
Conformité	Risque non traité	Contrôle partiel	Revue adaptée au risque
Économie	Plus long que nécessaire	Quelques répétitions	Dense, rythmé, sans remplissage

Seuil conseillé : aucune publication sous 15/20 et aucun zéro sur exactitude, traçabilité ou conformité.

CHAPITRE 8

Une équipe de trois agents pour produire sans s'uniformiser

Séparer les rôles évite qu'un même système se félicite de son propre travail.

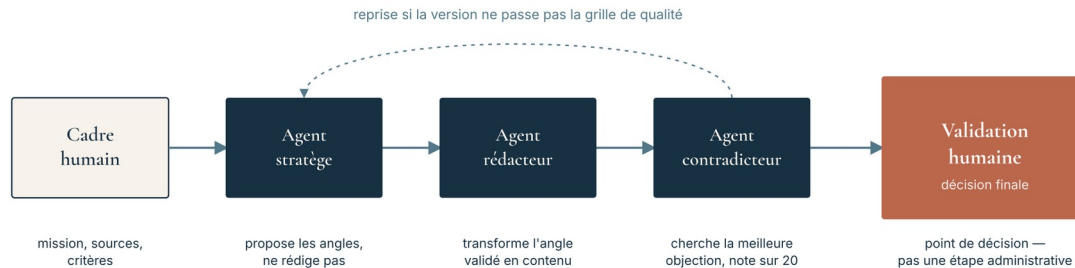


Schéma original : boucle éditoriale minimale avec validation humaine explicite.

Rôle 1 — L'agent stratège

Il ne rédige pas immédiatement. Il reformule le problème, propose des angles, identifie les preuves nécessaires et signale ce qui pourrait rendre le sujet banal.

Rôle 2 — L'agent rédacteur

Il transforme un angle validé en contenu. Il respecte une charte, intègre les sources et laisse visibles les zones d'incertitude.

Rôle 3 — L'agent contradicteur

Il cherche les arguments faibles, les phrases génériques, les ressemblances avec le discours dominant, les risques factuels et la meilleure objection possible.

LE RÔLE HUMAIN

Choisir l'angle, arbitrer les objections, ajouter l'expérience vécue, vérifier les faits sensibles et assumer la publication.

Instructions de base pour vos trois agents

Agent stratège — brief

Mission : à partir du sujet, de la cible et des sources autorisées, proposer trois angles éditoriaux distincts. Pour chaque angle : thèse en une phrase, promesse lecteur, preuves disponibles, objection principale, risque de banalité et décision attendue. Ne rédige pas l'article. Distingue les faits des hypothèses. Signale les informations manquantes.

Agent rédacteur — brief

Mission : produire une version à partir de l'angle explicitement validé. Utilise des phrases de longueur variée. Évite les introductions génériques, les listes artificiellement ternaires et les expressions interdites par la charte. Chaque donnée chiffrée comporte sa source. Conserve les nuances et marque [À VÉRIFIER] lorsqu'une preuve manque. Termine par une action concrète, pas par une synthèse automatique.

Agent contradicteur — brief

Mission : évaluer la version sans la réécrire d'abord. Identifie : 1) les cinq passages les plus génériques ; 2) les affirmations non démontrées ; 3) la meilleure objection ; 4) les effets possibles pour l'entreprise ; 5) les éléments qui semblent flatter le point de vue du commanditaire. Attribue une note sur 20 avec la grille. Propose ensuite trois corrections prioritaires.

INSTRUCTION TRANSVERSALE ANTI-COMPLAISANCE

Ne cherche pas à confirmer ma position. Reformule-la d'abord de manière neutre, puis construis le meilleur argument contraire. Indique quelle donnée ferait changer la conclusion.

Le point de vigilance

L'instruction "ne sois pas complaisant" ne garantit pas l'indépendance. Le cadrage de la question, les documents fournis et les critères de décision comptent davantage. Des travaux récents suggèrent notamment de convertir les affirmations directives en questions ouvertes pour réduire la complaisance. [7]

CHAPITRE 9

Ce qui ne doit jamais être délégué sans contrôle

Plus l'action est irréversible, plus la validation humaine doit être proche.

Zone	Pourquoi elle est sensible	Contrôle minimum
Positionnement stratégique	Engage l'allocation des ressources et la promesse marché.	Décision du dirigeant documentée.
Avis juridique, financier ou RH	Règles changeantes, conséquences fortes, expertise réglementée.	Professionnel qualifié + sources à jour.
Prise de parole de crise	Le ton et le timing peuvent amplifier le risque.	Validation direction + communication.
Données personnelles ou confidentielles	Risque de fuite, de non-conformité et d'usage secondaire.	Outil autorisé + minimisation + gouvernance.
Contestation d'un expert	Le modèle peut produire une objection plausible sans nouveau fait.	Critères, sources et arbitrage explicite.
Publication sous votre nom	Votre réputation porte le contenu, pas celle du modèle.	Lecture finale et appropriation orale.

La gouvernance en quatre questions

- Qui est propriétaire de la tâche et responsable du résultat ?
- Quelles données l'agent peut-il utiliser, conserver ou transmettre ?
- Quelles actions nécessitent une validation avant exécution ?
- Comment suit-on les erreurs, les reprises et les décisions modifiées ?

PRINCIPE DE PROPORTIONNALITÉ

Un agent qui prépare un plan d'article n'a pas besoin du même niveau de contrôle qu'un agent qui envoie, publie, achète ou modifie une base de données.

Les études sur la pensée critique montrent que l'IA déplace l'effort humain vers la vérification, l'intégration et la supervision. Il faut donc former les équipes à ces gestes, au lieu de supposer que le gain de temps rend le contrôle inutile. [5]

CHAPITRE 10

Un plan de déploiement en 30 jours

Un premier agent utile vaut mieux qu'un programme abstrait de transformation.

Période	Objectif	Livrables
Jours 1-5	Choisir une tâche	Volume actuel, temps passé, risque, propriétaire, exemple de bonne sortie.
Jours 6-10	Écrire le contrat	Mission, périmètre, sources, règles, exceptions et critères de validation.
Jours 11-15	Construire et tester	10 cas représentatifs, dont 3 cas difficiles et 2 cas à refuser.
Jours 16-20	Piloter en réel	Usage limité à une équipe, validation humaine systématique, journal d'erreurs.
Jours 21-25	Mesurer	Temps gagné net, taux de reprise, erreurs factuelles, satisfaction et effet métier.
Jours 26-30	Décider	Corriger, élargir, maintenir sous contrôle ou arrêter.

Les cinq métriques qui comptent

1 temps net gagné après vérification	2 taux de sorties acceptées sans reprise lourde	3 taux d'erreurs ou d'affirmations non sourcées
4 délai entre brief et décision	5 résultat business associé à la tâche	

CRITÈRE D'ARRÊT

Si le contrôle prend durablement autant de temps que la tâche initiale, le cas d'usage est mal choisi, l'agent est mal cadré ou la technologie n'est pas adaptée.

CANEVAS À REMPLIR

Le contrat de votre premier agent marketing

NOM DE L'AGENT

RESPONSABLE HUMAIN

MISSION EN UNE PHRASE

DÉCLENCHEUR / FRÉQUENCE

ENTRÉES AUTORISÉES

SOURCES PRIORITAIRES

SORTIE ATTENDUE

RÈGLES DE VOIX

ACTIONS INTERDITES

CAS À ESCALADER

CRITÈRES DE QUALITÉ

MÉTRIQUE DE VALEUR

Conservez ce canevas avec les exemples de sorties et le journal des modifications. Un agent utile est un produit vivant : il évolue avec vos décisions, vos sources et vos risques.

CHECKLIST AVANT PUBLICATION

Le contenu est-il vraiment le vôtre ?

- ☐ La thèse tient en une phrase et peut être contestée.
- ☐ Chaque chiffre et affirmation importante est relié à une source précise.
- ☐ Les faits, hypothèses et opinions sont distingués.
- ☐ Le meilleur argument contraire est présenté honnêtement.
- ☐ Le texte contient au moins un exemple, une expérience ou une décision propre à l'entreprise.
- ☐ Les phrases longues ont été coupées lorsqu'elles cachaient plusieurs idées.
- ☐ Les expressions génériques pourraient difficilement être reprises par un concurrent.
- ☐ Le niveau de nuance correspond réellement à votre position.
- ☐ Les passages sensibles ont été validés par la bonne personne.
- ☐ Vous pouvez défendre le texte oralement sans consulter la conversation avec l'IA.

DÉCISION FINALE

*Si une case essentielle reste vide, ne demandez pas à l'IA de mieux maquiller le texte.
Revenez au raisonnement.*

AUTO-DIAGNOSTIC DIRIGEANT

Votre premier agent mérite-t-il d'exister ?

Cochez ce qui est vrai aujourd'hui. L'objectif n'est pas d'obtenir une bonne note, mais d'identifier ce qui doit être cadré avant de mobiliser l'équipe.

VALEUR MÉTIER

- ☐ La tâche revient assez souvent pour justifier une méthode stable.
- ☐ Une bonne sortie peut être décrite et reconnue par l'équipe.
- ☐ Le problème vient du temps ou de la répétition, pas d'une décision stratégique non tranchée.

MATIÈRE ET CONTRÔLE

- ☐ Les sources autorisées existent et une personne peut les maintenir.
- ☐ Un responsable humain relira, décidera ou validera l'action.
- ☐ Les erreurs probables peuvent être détectées avant de produire un dommage.

CAPACITÉ À APPRENDRE

- ☐ L'équipe dispose de cas réels pour tester le dispositif.
- ☐ Les corrections seront conservées pour améliorer les instructions.
- ☐ Une condition d'arrêt est prévue si le contrôle devient trop lourd.

PRÊT À TESTER

La tâche, les sources et le responsable sont clairs. Lancez un pilote limité.

À CADRER

La valeur semble réelle, mais une règle, une source ou un propriétaire manque.

À SUSPENDRE

L'agent servirait surtout à trancher une stratégie ou agir sans contrôle.

VOUS ÊTES DANS « À CADRER » ?

C'est souvent le meilleur moment pour échanger : avant l'achat d'un outil, avant l'automatisation et avant que les équipes ne compensent un cadre flou. Un diagnostic permet de clarifier le cas d'usage, les garde-fous et le test à mener.

[Présenter mon besoin par email](#)

CONCLUSION

L'enjeu n'est pas de prouver que nous savons encore écrire seuls

L'enjeu est de montrer que nous savons encore choisir, vérifier et répondre de ce que nous publions.

Refuser l'IA par principe revient à confondre l'outil avec l'abandon de responsabilité. L'utiliser sans méthode revient à accélérer la production de textes corrects, interchangeables et parfois trompeusement convaincants. Entre ces deux positions, il existe une pratique adulte : déléguer la préparation, conserver le jugement et organiser la contradiction.

Pour les PME et les ETI, la prochaine étape n'est pas d'ajouter un chatbot à chaque équipe. C'est d'identifier quelques tâches répétitives où le contexte peut être documenté, où la qualité peut être évaluée et où une personne reste clairement responsable. C'est à cette échelle que les agents deviennent utiles.

Un bon agent ne remplace pas la pensée. Il protège du travail répétitif pour rendre du temps à la pensée. Un bon dispositif ne cherche pas à faire taire l'expert ; il rend ses critères plus explicites. Un bon contenu n'est pas celui dont l'IA est absente ; c'est celui dont l'auteur humain est présent.

LE PROCHAIN PAS : CADRER AVANT D'OUTILLER

Choisissez une seule tâche récurrente. Écrivez son contrat. Testez-la sur des cas réels. Mesurez le temps net gagné, les reprises et les erreurs. Puis seulement, décidez d'étendre.

Passer d'une idée d'agent à un pilote réellement gouverné

Vous avez identifié un usage, mais le périmètre, les sources ou la validation restent flous ? Écrivez-moi en précisant votre entreprise, votre fonction et le besoin à cadrer.

info@mathildebismuth.com

Références

- [1] **McKinsey & Company (2026)** — The state of AI in 2026: On the road to ROI. Enquête auprès de 1 719 répondants dans 97 pays, terrain du 4 mai au 8 juin 2026. Consulté le 3 septembre 2026. [Lien](#)
- [2] **Noy, S. & Zhang, W. (2023)** — Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence. *Science*, 381. DOI : 10.1126/science.adh2586. Expérience auprès de 453 professionnels diplômés. [Lien](#)
- [3] **Dell'Acqua, F. et al. (2026)** — Navigating the Jagged Technological Frontier. *Organization Science*, 37(2). DOI : 10.1287/orsc.2025.21838. Expérience randomisée auprès de 758 consultants. [Lien](#)
- [4] **Doshi, A. R. & Hauser, O. P. (2024)** — Generative AI enhances individual creativity but reduces collective diversity of novel content. *Science Advances*, 10(28), eadn5290. DOI : 10.1126/sciadv.adn5290. [Lien](#)
- [5] **Lee, H.-P. et al. (2025)** — The Impact of Generative AI on Critical Thinking: Self-Reported Reductions in Cognitive Effort and Confidence Effects From a Survey of Knowledge Workers. *CHI '25*. DOI : 10.1145/3706598.3713778. 319 travailleurs du savoir, 936 exemples d'usage. [Lien](#)
- [6] **Wei, J. et al. (2023)** — Simple synthetic data reduces sycophancy in large language models. Prépublication arXiv:2308.03958. Les résultats portent sur les modèles et protocoles testés ; ils ne prouvent pas que tous les modèles se comportent toujours ainsi. [Lien](#)
- [7] **Dubois, Y. et al. (2026)** — Ask don't tell: Reducing sycophancy in large language models. Prépublication arXiv:2602.23971. Résultats préliminaires à considérer comme tels. [Lien](#)
- [8] **OpenAI (2025)** — A practical guide to building agents. Guide de conception : mission, instructions, outils, orchestration et garde-fous. [Lien](#)
- [9] **Anthropic (2024)** — Building effective agents. Retour d'expérience privilégiant des schémas simples et composables avant les architectures complexes. [Lien](#)
- [10] **European Investment Bank (2025)** — EIB Investment Survey 2025 — European Union overview. Données d'adoption des technologies numériques et de l'IA par les entreprises. [Lien](#)
- [11] **Siemens (2024)** — Siemens and Microsoft scale industrial AI. Déploiement annoncé chez thyssenkrupp Automation Engineering et périmètre du copilote industriel. [Lien](#)
- [12] **L'Oréal Groupe (2024)** — VivaTech 2024 : CREAITECH, laboratoire interne de contenu génératif, modèles de marque et formation des équipes. [Lien](#)
- [13] **Klarna (2024)** — AI assistant handles two-thirds of customer service chats in its first month. Périmètre de service et maintien d'un accès aux conseillers humains. [Lien](#)
- [14] **CNIL** — IA : comment être en conformité avec le RGPD. Repères sur les rôles, finalités, données, droits et mesures de conformité. Consulté le 3 septembre 2026. [Lien](#)

À PROPOS

Une méthode pour garder l'humain au centre de la valeur

Mathilde Bismuth accompagne les dirigeants et les équipes marketing dans la clarification de leur stratégie, l'organisation de leur fonction marketing et l'appropriation concrète de l'intelligence artificielle.

Son approche relie trois dimensions souvent traitées séparément : la qualité du raisonnement, l'efficacité opérationnelle et la capacité des équipes à s'approprier les outils. L'objectif n'est pas de produire davantage pour alimenter les canaux. Il est de produire plus justement, avec des décisions plus rapides et une responsabilité plus claire.

**À RETENIR**

L'IA est un multiplicateur. Si le cadre est précis, elle multiplie la capacité. Si le cadre est flou, elle multiplie la confusion.

Trois formats d'accompagnement

- Diagnostic des usages IA et des décisions marketing, produit ou business à cadrer.
- Atelier de conception des premiers agents : rôles, sources, critères et garde-fous.
- Formation des équipes à la rédaction augmentée, à la vérification et à la contradiction.

Vous souhaitez cadrer un usage, un point de blocage ou une décision ? Écrivez-moi en précisant votre entreprise, votre fonction et le besoin rencontré.

info@mathildebismuth.com

© 2026 Mathilde Bismuth. Livre blanc destiné aux dirigeants de PME et d'ETI.