

Selon une étude IBM, la responsabilité de l'éthique en matière d'IA passe des équipes techniques aux fonctions élargies d'encadrement

- **80% des personnes interrogées pour la nouvelle édition de cette étude IBM sur l'Intelligence Artificielle mentionnent qu'un cadre non spécialiste de la technologie est désormais le premier défenseur de l'éthique de l'IA, à comparer à 15% en 2018.**

- **Si 79% des PDG interrogés sont prêts à mettre en œuvre des pratiques éthiques en matière d'IA, moins d'un quart des organisations ont agi en conséquence.**

- **68% des organisations reconnaissent que la diversité est importante pour atténuer les préjugés dans l'IA, mais elles mentionnent que leurs équipes dédiées à l'IA sont moins inclusives : 5,5 fois moins de femmes, 4 fois moins de LGBT+ et 1,7 fois moins de minorités.**

ARMONK, N.Y., le 14 avril 2022 : La nouvelle étude de l'Institute for Business Value (IBV) d'IBM (NYSE : IBM) révèle un changement radical dans la répartition des rôles au service d'une IA éthique, au sein des entreprises. Lorsqu'on leur demande quelle fonction s'avère principalement responsable de l'éthique de l'IA, 80% des personnes interrogées désignent un cadre non technique, tel que le PDG. Ce chiffre est en forte augmentation, par rapport aux 15% estimés en 2018.

Cette étude*, conduite à l'échelle internationale, indique également qu'en dépit d'une volonté affichée de développer une IA digne de confiance, plus performante en matière de durabilité, de responsabilité sociale, de diversité et d'inclusion, il subsiste un écart entre l'intention des dirigeants et les actions effectivement menées.

Les résultats de l'étude démontrent les points suivants :

Les équipes d'encadrement sont désormais considérées comme les moteurs de l'éthique de l'IA.

- Les PDG (28%) - mais aussi les membres du conseil d'administration (10%), les directeurs juridiques (10%), les directeurs de la protection de la vie privée (8%) et les responsables des risques et de la mise en conformité (6%) sont considérés comme les plus concernés par l'éthique de l'IA.
- Alors que 66% des répondants citent le PDG ou un autre cadre supérieur comme ayant une forte influence sur la stratégie éthique de leur organisation, plus de 50% mentionnent les conseils d'administration (58%) et les actionnaires (53%).

La construction d'une IA digne de confiance est perçue comme un différenciateur stratégique et les organisations commencent à mettre en œuvre des mécanismes d'éthique de l'IA.

- Plus des trois quarts des chefs d'entreprise interrogés cette année conviennent que l'éthique en matière d'IA est importante pour leur organisation, contre environ 50% en 2018.
- Dans le même temps, 75% des personnes interrogées estiment que l'éthique présente un avantage compétitif. Plus de 67% des répondants qui considèrent l'IA et l'éthique de l'IA comme importantes, indiquent que leurs organisations surpassent les autres en matière de durabilité, de responsabilité sociale, de diversité et d'inclusion.
- De nombreuses entreprises ont commencé à progresser : plus de la moitié des répondants affirment que leurs organisations ont pris des mesures pour intégrer l'éthique de l'IA dans leur approche globale de l'éthique en entreprise.
- Plus de 45% des interrogés affirment que leurs organisations ont créé des mécanismes d'éthique spécifiques à l'IA, tels qu'un cadre d'évaluation des risques des projets d'IA et un processus d'audit/d'examen.

L'intégration de principes éthiques aux solutions d'IA s'avère une nécessité urgente pour les organisations, mais les progrès sont encore trop lents.

- Un plus grand nombre de PDG interrogés (79 %) sont désormais prêts à intégrer l'éthique dans leurs pratiques en matière d'IA - contre 20 % en 2018 - et plus de la moitié des organisations participant à cette étude ont publiquement approuvé les principes communs de l'éthique de l'IA.
- Pourtant, moins d'un quart de ces entreprises ont mis en place des processus éthiques de l'IA, et moins de 20% des répondants sont tout à fait d'accord pour dire que les pratiques et les actions de leur organisation correspondent à (ou dépassent) leurs principes et valeurs déclarés.

- 68% des organisations interrogées reconnaissent qu'il est important de mettre en place un environnement de travail diversifié et inclusif pour atténuer les biais dans l'IA, mais les résultats indiquent que les équipes d'IA sont encore nettement moins inclusives que leurs effectifs globaux : 5,5 fois moins de femmes, 4 fois moins de personnes LGBT+ et 1,7 fois moins de minorités.

*« Comme de nombreuses entreprises utilisent aujourd'hui des algorithmes d'IA dans l'ensemble de leurs activités, elles sont potentiellement confrontées à des demandes internes et externes croissantes pour concevoir ces algorithmes de manière équitable, sécurisée et digne de confiance ; pourtant, il y a eu peu de progrès dans les entreprises pour intégrer l'éthique de l'IA dans leurs pratiques », a déclaré **Jesus Mantas, Global Managing Partner, IBM Consulting** « Les résultats de notre étude IBV démontrent que la création d'une IA fiable est un impératif commercial et une attente sociétale, et pas seulement un problème de conformité. A ce titre, les entreprises peuvent mettre en œuvre un modèle de gouvernance et intégrer des principes éthiques tout au long du cycle de vie de l'IA. »*

Il est temps pour les entreprises d'agir. Les données de l'étude suggèrent que les organisations qui mettent en place une stratégie d'éthique de l'IA transversale, appliquée à l'ensemble de leurs départements, pourraient y gagner un avantage concurrentiel à l'avenir. L'étude recommande notamment aux dirigeants les actions suivantes :

- **Adopter une approche interfonctionnelle et collaborative**

L'IA éthique nécessite une approche et un ensemble de compétences holistiques, impliquant toutes les parties prenantes au processus. Les cadres dirigeants, les concepteurs, les spécialistes des sciences du comportement, les « data scientists » et les ingénieurs de l'IA ont chacun un rôle distinct à jouer dans le parcours de l'IA digne de confiance.

- **Établir une gouvernance à la fois pour l'organisation et pour le cycle de vie de l'IA afin de rendre opérationnelle l'éthique de l'IA**

Il s'agit d'adopter une approche holistique pour inciter, gérer et gouverner les solutions d'IA tout au long du cycle de vie de l'IA, de l'établissement de la culture adaptée pour cultiver l'IA de manière responsable, en passant par les pratiques et les règles jusqu'aux produits.

- **Identifier et établir des partenariats**

Les entreprises doivent identifier et engager des partenaires technologiques clés de l'écosystème IA autour d'elles, des universitaires, des startups, etc., pour établir une "interopérabilité éthique".

* Méthodologie

L'étude IBV « *L'éthique de l'IA en action : un guide d'entreprise pour faire progresser l'IA digne de confiance* » a été conduite auprès de 1 200 cadres, dans 22 pays, à travers 22 secteurs d'activité, afin de comprendre l'importance accordée à l'éthique en matière d'IA et la façon dont les organisations la mettent en œuvre. Cette étude a été menée en coopération avec Oxford Economics en 2021. L'étude complète est disponible avec ce lien : <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/ai-ethics-in-action>

À propos de l'IBM Institute for Business Value

Pendant deux décennies, l'IBM Institute for Business Value a servi de groupe de réflexion sur le leadership pour IBM. Ce qui nous inspire, c'est de produire des idées stratégiques fondées sur la recherche et sur la technologie qui aident les dirigeants à prendre des décisions plus avisées en ce qui concerne leur entreprise.

Depuis notre position unique à l'intersection des affaires, de la technologie et de la société, nous sondons, interviewons et dialoguons avec des milliers de cadres, de consommateurs et d'experts chaque année, synthétisant leurs points de vue en informations crédibles, inspirantes et exploitables.

Vous pouvez vous inscrire pour recevoir la newsletter d'IBV par e-mail sur ibm.com/ibv.

Vous pouvez également suivre @IBMIBV sur Twitter ou nous trouver sur LinkedIn : <https://ibm.co/ibv-linkedin>

Contacts presse :

Weber Shandwick pour IBM

IBM

Karine Faucher-Véronneau
karine.faucher@fr.ibm.com

Jennifer Tshidibi / Eric Chauvelot

Tél. : + 33 (0)6 13 94 26 58 / + 33 (0)6 21 64 28 68

ibmfrance@webershandwick.com
