



Démystifier l'IA - Épisode 1 - Transcription

La valeur de l'IA pour les organisations

Un podcast de l'Institut d'IA de Deloitte Canada



Aisha Greene

Bienvenue à tous et à toutes à cet épisode du balado Démystifier l'IA, de l'Institut d'IA de Deloitte Canada. Je suis votre animatrice, Aisha Greene, directrice de l'Institut d'IA de Deloitte Canada.

Cet épisode est notre premier et il semble opportun d'amorcer une conversation sur ce sujet. Dans le milieu des affaires en général, l'intelligence artificielle, ou IA, est considérée comme un cheminement critique pour faire progresser l'économie numérique. Cependant, il existe encore une grande méconnaissance de ce en quoi consiste l'IA, la valeur de l'IA, la valeur qu'elle apporte concrètement aux consommateurs et consommatrices, aux actionnaires et aux organisations.

Au fil des conversations, nous examinerons les diverses facettes de l'IA et verrons en quoi elles consistent. Nos invités qui évoluent dans le domaine du numérique expliqueront comment les systèmes d'IA sont utilisés pour favoriser l'adoption de l'IA fondée sur la valeur, de l'automatisation à l'accélération de l'utilisation intelligente des données, en passant par l'amélioration du processus décisionnel.

Je suis heureuse de présenter mon invitée d'aujourd'hui, une personne qui a à cœur de toujours apprendre et résoudre des problèmes. L'expérience qu'elle a vécue en passant du monde universitaire à l'entrepreneuriat puis au secteur des grandes entreprises lui a appris à résoudre les vrais problèmes en mettant à profit son expertise en apprentissage machine et à diriger des équipes hautement performantes. Ozge Yeloglu, vice-présidente, Analytique avancée, à la banque CIBC, se plaît réellement à créer des occasions d'affaires pour sa clientèle et ses partenaires en utilisant la technologie.

Ozge, je crois comprendre que vous dirigez une initiative qui évalue objectivement la valeur

des investissements dans l'IA et leurs résultats potentiels. Comment cela fonctionne-t-il?

Ozge Yeloglu

Écoutez, ce qui nous motive et nous stimule surtout, dans n'importe quelle organisation, je pense, à tirer parti de l'IA et essayer d'en tirer une valeur ou d'offrir une valeur grâce à l'IA, c'est la pression concurrentielle. Qu'il s'agisse d'une jeune entreprise de technologie financière qui peut innover plus rapidement qu'une grande entreprise ou d'autres concurrents importants sur notre marché, une pression est indéniablement exercée pour qu'on s'améliore. Nous devons aussi tenir compte des attentes de notre clientèle. La personnalisation n'est plus un atout à mettre en valeur de nos jours. Elle fait partie du quotidien, donc c'est presque devenu une attente.

Pour répondre à votre question, tout ce que nous faisons au moyen de l'IA et de l'analytique avancée doit réellement créer de la valeur. Les gens que je côtoie me demandent parfois pourquoi, en tant que leader dans le domaine de l'apprentissage machine, je travaille dans une banque. Je leur rappelle que l'utilisation intelligente des données n'est pas une nouveauté pour les institutions financières, qu'elle existe depuis des décennies, en particulier en marketing et dans les volets de l'organisation qui concernent les risques, et que nous l'utilisons maintenant dans plus de domaines. Les banques appliquent aujourd'hui des renseignements plus complexes à une plus grande variété de secteurs d'activité, de groupes d'exploitation ou de groupes fonctionnels.

Aisha Greene

J'aimerais revenir sur un point que vous avez mentionné, que ce n'est pas une tâche facile à entreprendre. Il est certes éloquent que les gens s'interrogent même au sujet de votre présence dans une banque et de la valeur que vous ajoutez. Par conséquent, vu que cet épisode porte sur la création de valeur et l'importance de comprendre la valeur de l'IA, je suis curieuse de savoir ce que vous répondez à cette question quand on vous la pose.

Ozge Yeloglu

Écoutez, générer un RCI, pour ainsi dire, n'est pas chose facile. Je souhaiterais parfois que la technologie soit suffisante comme réponse, mais pour pouvoir générer de la valeur à partir des données et plus particulièrement de l'analytique avancée et de l'IA, je pense que nous devons toujours garder quelques points à l'esprit.

L'un d'eux, selon moi, est la confiance. Il est important d'établir la confiance, dans mon cas entre mes partenaires d'affaires à la banque et mon équipe, ainsi que l'équipe d'experts en science des données pour le travail que nous accomplissons. Et cela veut dire la confiance à l'égard des systèmes d'IA que nous développons, que ces personnes doivent utiliser et que nous devons gérer au quotidien.

Le deuxième point, en particulier dans les grandes entreprises, concerne la structure organisationnelle et l'adhésion de la haute direction. Je pense que c'est d'une très grande importance. Pour obtenir la véritable valeur des initiatives d'IA et d'analytique avancée, la totalité ou la plupart des principaux dirigeants doivent réellement être alignés sur la vision et l'objectif de ces initiatives.

Le troisième point est qu'il n'est pas possible de gérer ce qu'on ne mesure pas. Vous avez peut-être déjà entendu cette expression.

Le troisième point est qu'il n'est pas possible de gérer ce qu'on ne mesure pas. Vous avez peut-être déjà entendu cette expression. Mais comment pouvons-nous mesurer? Comment pouvons-nous mesurer le succès des modèles que nous créons à la banque? Ce n'est pas facile. Nous avons récemment fait appel à Deloitte pour créer un outil de calcul de la valeur de l'IA dans ce domaine. L'idée est de nous aider à mesurer correctement l'incidence de nos cas d'utilisation de l'analytique avancée. Ainsi, nous avons maintenant un outil en place, que nos experts en science des données et nos partenaires d'affaires utilisent dès le départ et tout au long du cycle de vie d'un modèle.

Le dernier point est la technologie, je dis toujours que la technologie vient en dernier. Je pense que ça devrait être la partie facile de la solution parce que tout est disponible dans ce domaine. Il suffit d'y consacrer la volonté, le temps et les investissements, et de mettre en place la bonne technologie au bon endroit pour être en mesure d'exploiter les données dont nous disposons et de les utiliser pour créer des solutions intelligentes et de la valeur.

Aisha Greene

Ce sont là d'excellentes bases qui donnent matière à réflexion. L'adhésion. Comprendre le réseau des approbateurs, comprendre comment établir la confiance, de même que l'intégration entre diverses entités et divers services et leaders au sein de l'organisation.

Revenons sur la capacité d'établir la confiance. Ce n'est pas facile. Parfois, il est difficile de présenter la vision et le but à long terme d'un objectif qui est visé, que la technologie fasse partie de l'équation ou pas. Comment commencer à expliquer en quoi consiste la valeur? Et comment commencer à intégrer les bonnes personnes à ces conversations?

Ozge Yeloglu

Mon objectif personnel, à la CIBC, est de voir un jour notre chef de la direction et nos hauts dirigeants parler publiquement de l'incidence positive que nous avons eue sur nos activités, les actionnaires et la clientèle en mettant à profit l'analytique avancée et l'IA. Ils pourraient le faire par exemple à l'occasion de nos journées des investisseurs ou des appels d'analystes. Il me tarde de voir le jour où l'IA ne sera plus quelque chose de spécial, mais plutôt un élément intégré à tout ce que nous faisons.

Ce ne sera pas facile. Ce n'est pas pour demain. Il faudra un certain temps, mais tout ce que nous faisons aura une réelle incidence sur les affaires. Et pour y arriver, nous avons besoin des bons outils et des bons processus dans notre environnement. Par conséquent, mon équipe crée activement ces outils et ces processus aujourd'hui dans le but de les mettre à la disposition des groupes d'analytique avancée de la CIBC.

De plus, nous devons être en mesure d'évaluer les cas d'utilisation à incidence élevée et d'attribuer une valeur estimative à chacun, ou à l'incidence. Appelons-la ainsi. Après, il faut déterminer la base de référence actuelle de ce que nous faisons aujourd'hui, et comment nous pourrions l'améliorer au moyen de l'analytique avancée et de l'IA.

Enfin, nous devons être capables de bien suivre le succès du modèle et de continuer d'en quantifier la valeur lorsque c'est possible.

Aisha Greene

Ce sont des renseignements très utiles pour les gens qui commencent à peine dans ce

domaine, autant dans les organisations que dans le milieu universitaire. J'aimerais peut-être que nous parlions de conseils étant donné que les gens qui se lancent s'épuisent ou s'embrouillent rapidement parce qu'ils ne savent vraiment pas par où commencer. En ce qui concerne les IRC, quelles informations clés pouvez-vous partager? Parce que vous avez raison, il faut faire des tests, itérer, adapter et savoir quand on peut continuer de progresser. Quels sages conseils donneriez-vous à toute personne qui en est à ses débuts?

Ozge Yeloglu

Encore une fois, je pense qu'il est très important de pouvoir mesurer ce qu'on crée. Et quand je dis mesurer, ça ne se limite pas nécessairement à mesurer la valeur en dollars. Tous les dirigeants doivent avoir des plans pour le prochain exercice. Que souhaitons-nous accomplir? La plupart du temps, nous savons ce que nous souhaitons accomplir et de quelle façon nous y parviendrons.

J'ai dû mener tout un combat, je vous l'assure. Il y a deux ans, ou un peu plus de deux ans, quand je me suis jointe à la CIBC, je demandais toujours aux gens qui m'entouraient comment ils procédaient. Quels sont les paramètres par rapport auxquels vous faites un suivi? Personne ne le savait. Pour être honnête, je n'arrivais pas à obtenir de bonnes réponses. Les gens disaient qu'ils essayaient ceci, ou bien cela. Ils étaient tous, et je pense que c'est encore le cas, en mode constant d'essais et d'apprentissage.

Une chose, je pense, que je dirais aux autres, c'est d'être à l'aise avec les essais et l'apprentissage puisque nous n'évoluons pas dans un domaine très bien établi, à mon avis. Nous devons par conséquent tester et essayer de voir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Nous le faisons, encore une fois, parce que la valeur a une très grande importance. La valeur commerciale de tout ce que nous faisons. C'est un de mes IRC des deux dernières années et nous poursuivrons dans cette voie.

Aisha Greene

Il semble assurément qu'avec les nouveaux outils que vous mettez en œuvre, vous êtes dans une position qui vous permet de vous adapter rapidement, d'apprendre et de déterminer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

J'aimerais revenir sur la vision personnelle que vous aviez au départ. Vous avez dit espérer que le chef de la direction puisse aisément parler de l'IA, de son application et de l'analytique. Expliquez-nous à quoi cela ressemblerait au quotidien dans cinq ans si la mise en œuvre était effectuée à grande échelle.

Ozge Yeloglu

Je pense qu'une fois qu'il en sera ainsi, nous ne parlerons plus d'IA. Elle sera intégrée dans tous les produits ou tous les services que nous utilisons ou que nous offrons de toute façon, donc nous n'y penserons même pas.

Nous pouvons citer comme très bon exemple n'importe quelle entreprise technologique aujourd'hui, ou n'importe quelle application que nous développons. Elles comportent toutes, nous l'avons mentionné, un élément de personnalisation, mais nous n'y pensons plus. Personne ne se demande si un moteur de recherche utilise l'apprentissage machine en arrière-plan, ou si le magasin virtuel où on effectue des achats exploite l'apprentissage

Nous pouvons citer comme très bon exemple n'importe quelle entreprise technologique aujourd'hui, ou n'importe quelle application que nous développons. Elles comportent toutes, nous l'avons mentionné, un élément de personnalisation, mais nous n'y pensons plus. Personne ne se demande si un moteur de recherche utilise l'apprentissage machine en arrière-plan, ou si le magasin virtuel où on effectue des achats exploite l'apprentissage machine en arrière-plan. Personne n'en parle plus parce que c'est tout simplement intégré. Je pense donc que c'est là l'étape idéale.

Je crois que si notre chef de la direction parlait de l'incidence que nous avons, les membres de mon équipe et moi serions les seuls à savoir qu'il s'agit de l'incidence que nous avons créée. Nous saurions en effet que nous l'avons créée en arrière-plan, mais personne d'autre n'a à le savoir. Le chef de la direction ou les hauts dirigeants n'ont pas nécessairement à parler de la valeur que l'IA crée pour nous, mais ils pourraient dire qu'elle fait maintenant partie de notre quotidien, de notre processus de développement d'applications, disons, ou qu'elle fait partie de nos services. C'est simplement quelque chose qui se fait en arrière-plan.

Par ailleurs, l'IA doit s'accompagner de contrôles appropriés et de la bonne quantité de renseignements, disons, parce que, vous savez, certaines personnes pourraient paniquer en se rendant compte qu'un site de commerce électronique en sait plus à leur sujet qu'elles en savent elles-mêmes. Des messages contextuels apparaissent, ou des publicités dans nos médias sociaux. On se demande tout à coup pourquoi on reçoit ces messages, et on se dit que trop d'informations sont recueillies à notre sujet et ça commence à donner la chair de poule.

Aisha Greene

Oui, j'allais justement vous demander d'explorer un peu plus cette question parce que l'aspect éthique et inquiétant en est un auquel beaucoup de consommateurs et consommatrices songent quand il est question d'IA. Ils se disent qu'ils ne vont certainement même pas y toucher, mais ils ne réalisent pas que l'IA est présente dans leurs téléphones et leurs ordinateurs, qu'elle est déjà implantée et qu'ils l'utilisent. Par conséquent, quel genre de conversation avez-vous avec ces personnes pour apaiser leurs préoccupations ou même les amener à comprendre les répercussions sur le plan éthique?

Ozge Yeloglu

Oui, écoutez, c'est un domaine dans lequel je m'investis personnellement et, pour ma part, ça me dérange. La personnalisation est parfois exagérée et ça m'inquiète. Je me demande ce qu'ils peuvent savoir d'autre à mon sujet. Je m'y intéresse donc beaucoup personnellement.

Il ne faut pas oublier que les banques sont très réglementées par le BSIF. Dans tout ce que nous faisons, nous devons faire très attention à la façon dont nous utilisons nos données. Qu'il s'agisse des données sur les clients ou des données sur les opérations importe peu, toutes les données qui sont stockées à la banque sont visées, disons. Je dois faire preuve d'une extrême prudence dans la façon dont je les utilise.

Outre le contexte réglementaire, nous avons récemment entendu dire que le projet de loi no C-27 du gouvernement fédéral, la loi sur l'IA appelée LIAD, commencera également à toucher beaucoup d'autres secteurs en plus de celui des services financiers.

Alors oui, il y a une question de confiance personnelle, et oui, de fortes pressions

réglementaires sont à venir. En gardant cela en tête, mon équipe a également élaboré un cadre de gouvernance de l'IA qui nous permet d'examiner le cycle de vie complet du modèle, de la saisie des données jusqu'à la production, et de souligner les importants processus de documentation qui doivent exister dans le cycle de vie pour créer des solutions d'IA fiables. De plus, notre cadre de gouvernance de l'IA nous assurera que l'IA est alignée sur les stratégies, les objectifs et les valeurs de notre organisation, et qu'elle créera une valeur commerciale pouvant être mesurée. Il respectera les exigences juridiques, réglementaires et organisationnelles, et il devrait mériter la confiance de toutes les parties prenantes.

Quand je dis toutes les parties prenantes, je veux dire tout le monde, à savoir notre clientèle, nos actionnaires et nos partenaires d'affaires. Toutes les personnes qui font partie du cycle. C'est donc une question qui me tient beaucoup à cœur. Nous accordons certainement beaucoup plus d'attention à l'IA digne de confiance et à la gouvernance globale de l'IA.

Aisha Greene

En ce qui vous concerne plus particulièrement, dans l'optique de la CIBC, quelle est la prochaine étape?

Ozge Yeloglu

Écoutez, en ce moment, comme je l'ai mentionné, la gouvernance de l'IA et l'IA digne de confiance qu'elle englobe nécessitent des efforts gigantesques. Ce sera un travail continu et une amélioration continue pendant au moins quelques années encore, je pense.

De plus, pour moi, c'est actuellement une question d'exécution et de développement. Comment puis-je adapter ce que nous faisons aujourd'hui au sein de la banque? Je ne crois pas trop à l'idée d'affecter plus de gens et de consacrer plus de fonds aux problèmes. C'est peut-être encore cette partie de moi qui résulte de mon expérience de création d'une jeune entreprise. J'aime être très opportuniste et pragmatique, et résoudre les grands problèmes avec les ressources dont nous disposons.

Je pense que nous sommes dans une bonne position pour le moment, mais la question suivante est de déterminer comment nous allons évoluer. Comment puis-je m'assurer que nous avons, à la banque, davantage de talents qui peuvent travailler dans cette voie en bénéficiant de notre soutien, mais sans se fier entièrement à nous? Comment pouvons-nous créer, dans les banques, davantage d'équipes autonomes pouvant mettre à profit l'IA et l'analytique avancée, encore une fois dans les limites de contrôles appropriés? Je pense que pour le moment, il s'agit de développer et d'exécuter.

Aisha Greene

Que pouvons-nous faire d'autre pour tirer de la valeur de l'IA?

Ozge Yeloglu

Vous savez, c'est un apprentissage pour moi également parce que c'est la première fois que j'évolue dans un secteur très précis dans mon parcours professionnel. Une fois qu'on s'intéresse à un secteur en particulier, il arrive parfois que l'on pense uniquement à ce dont on dispose et à ce qu'on peut faire. Il existe certainement toujours des possibilités dans les autres secteurs, à mon avis, et même au sein de la banque elle-même. Il est possible que

nous examinions les mêmes données pour résoudre un problème de marketing, ou que nous examinions les mêmes données pour résoudre un problème lié aux risques. Cependant, la question à résoudre à partir des mêmes sources de données peut être complètement différente. On examine les mêmes données, mais on pose des questions différentes. La capacité d'observer ce que font les autres est par conséquent très importante.

La façon de procéder, ou la façon dont je procède moi-même, est d'essayer d'assister au plus grand nombre possible de conférences pertinentes, et de maintenir des liens avec les universités. Nous collaborons avec d'excellents partenaires des universités, ainsi que des partenaires de recherche comme le MIT et Vector.

Nous comptons en plus sur nos fournisseurs de services, comme Deloitte. Nous savons que vous travaillez toujours avec un grand nombre de clients différents, et parfois aussi dans plusieurs pays, pas seulement au Canada. C'est excellent, et je dis toujours à nos partenaires de Deloitte que je fais auprès d'eux une évaluation du bien-fondé de mon travail. Je leur dis que je pense être sur la bonne voie, mais je leur demande d'évaluer le bien-fondé de mes efforts, s'ils sont logiques selon eux, et s'ils s'alignent sur ce qu'ils constatent ailleurs.

Je dirais donc qu'il est absolument essentiel de pouvoir compter sur les bons partenaires, de savoir vous entourer des bons partenaires.

Aisha Greene

Excellent. Merci. Je pense que tous les auditeurs comprendront l'importance de pouvoir compter sur une source de rétroaction. Maintenant, le temps dont nous disposons pour cet épisode du balado est presque écoulé, Ozge, mais j'aimerais vous inviter à nous faire part d'une dernière réflexion.

Ozge Yeloglu

Je suggérerais fortement que vous vous entouriez de gens ayant des compétences autres que celles que vous possédez déjà, et qui peuvent vous amener des perspectives différentes. Si vous n'êtes pas une personne qui comprend très bien la science des données, ne vous en faites pas. Trouvez simplement la bonne personne. Cependant, ma seule suggestion serait de ne surtout pas embaucher une personne du milieu de la recherche, parce que vous auriez probablement un problème de communication avec celle-ci si vous êtes l'homme ou la femme d'affaires qui ne sait pas vraiment comment tirer parti de l'IA.

Je trouve que les gens qui possèdent des compétences à la fois en communication et en science des données sont très importants et précieux pour nos organisations, ou pour n'importe quelle organisation, parce qu'ils sont en mesure de traduire. Ils peuvent faire le lien entre les deux domaines. Je dis toujours que tout le monde devrait avoir au moins un traducteur, sinon plusieurs. Si personne ne peut traduire, les équipes des affaires et de la science des données ne pourront jamais établir de liens au niveau approprié.

Aisha Greene

Je suis d'accord. Et cela rejoint un peu l'idée qu'il importe que tous soient sur la même longueur d'onde. Je pense que l'idée du traducteur est unique et que les gens ne s'en rendent peut-être pas toujours compte. Merci d'en avoir parlé.

Voilà un excellent point de départ pour une série intéressante. Je vous remercie beaucoup,

Ozge Yeloglu, vice-présidente, Analytique avancée à la CIBC, d'avoir participé au coup d'envoi de cette série et au premier de nombreux épisodes visant à démystifier la valeur de l'IA.

Aux auditeurs, merci d'avoir été à l'écoute de cet épisode du balado Démystifier l'IA, de l'Institut d'IA de Deloitte Canada. Pour obtenir plus d'information sur cet épisode ou sur les autres de la série, consultez la page web de l'Institut d'IA de Deloitte Canada. Nous espérons que vous serez des nôtres pour le prochain épisode. Passez une excellente journée.

[Avis juridique](#) | [Confidentialité](#)

À propos de Deloitte

Deloitte Bay Adelaide East 8 Adelaide Street West, Suite 200 Toronto (Ontario) M5H 0A9

Canada

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit et de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques, de la fiscalité et d'autres services connexes à de nombreuses sociétés ouvertes et fermées dans différents secteurs. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500MD par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences de renommée mondiale, le savoir et les services dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Pour en apprendre davantage sur les quelque

264 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 9 400 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#) ou [Facebook](#).

Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., société à responsabilité limitée constituée en vertu des lois de l'Ontario, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées.