



La nourriture est parmi les thèmes favoris des 700 millions d'utilisateurs actifs d'Instagram.



Isabelle Mashola  
Fondatrice d'Isahit

## Internet et l'intelligence artificielle au service de l'impact social

L'avenir de l'intelligence artificielle (IA) n'est pas dans la concurrence avec l'homme, mais dans la complémentarité. Les entreprises continuent à se transformer pour devenir digitales à 100 % et commencent en même temps à intégrer de l'intelligence artificielle et des robots pour l'aide à la décision et pour réaliser les tâches principales de l'entreprise. Toutes les entreprises vont devenir des plateformes incluant naturellement de l'IA. L'intelligence humaine (IH) va devenir elle-même une plateforme. Les deux parties dialoguent naturellement via des interfaces programmables informatiques (API). Donc demain, dans dix à vingt ans, ce seront les robots qui appelleront l'intelligence humaine via une API afin de leur venir en aide quand le robot n'est pas certain de sa décision ou bien quand il n'a pas appris ou été entraîné pour résoudre un cas

particulier. Cette transformation digitale implique également des changements dans la façon de travailler.

On parle de la « *gig génération* », qui recouvre donc une réalité économique dans laquelle de multiples travailleurs indépendants et sous-traitants sont payés à la tâche et non au mois avec un employeur unique.

La génération Z ou millennial est là et attend d'autres valeurs du travail. Elle souhaite aussi donner du sens à son travail. On assiste à une explosion en volume de la jeunesse et des naissances dans les pays émergents, par exemple en Afrique. Le digital et l'Internet permettent de travailler à distance, depuis chez soi, depuis un autre pays, depuis un autre continent. C'est aussi vrai en France où le digital permet aux femmes de devenir

autonomes et indépendantes financièrement. Avec le digital, on peut dire que le monde devient plat et horizontal. Positons : l'IA et l'IH deviennent une opportunité de vrai levier d'innovation sociale qui permettra à des populations éloignées de pouvoir travailler et s'éduquer afin d'éviter une fracture numérique. C'est ce qu'on appelle l'*impact sourcing* (externalisation socialement responsable).

### TRAVAIL ET DIGNITÉ

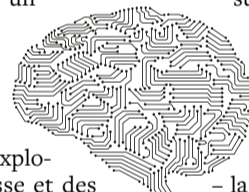
Savez-vous que deux milliards de personnes vivent avec moins de 2 dollars par jour ? Parmi ces deux milliards d'individus, 70 % sont des femmes. Cet écart est très visible dans le monde digital, où les femmes sont très peu représentées parce qu'elles n'ont pas accès aux formations nécessaires.

Nous pensons que le travail est le meilleur moyen pour redonner de la dignité et contribuer à réduire la pauvreté.

L'objectif de l'*impact sourcing* est d'offrir du travail à des personnes talentueuses qui n'ont pas cette opportunité. Des nouveaux acteurs dans le monde (comme Isahit) se lancent sur ce marché, fournissant du travail bien rémunéré à des personnes dans les pays émergents, souvent sous forme de complément de revenu via des plateformes de travail digital.

Quel type de travail digital ? Il s'agit, par exemple, d'usages liés à l'intelligence artificielle : la création de jeux de données pour le *machine learning*, la détection d'objets, personnes ou situations dans des photos et vidéos pour l'apprentissage de la reconnaissance, ou encore l'entraînement de *chatbots*. Les impacts directs de cette offre de travail sont mesurés et montrent les résultats suivants sur :

- l'éducation (j'ai repris mes études, je paye mes études...),
  - l'*empowerment* (la femme contribue aux finances de la famille, la femme agrandit son commerce...),
  - la professionnalisation: demain le monde sera digital, le travail passera aussi par le digital (profil LinkedIn, email pro...).
- La mesure d'impact est clé pour le *Tech for good* afin de prouver un impact social positif, même avec l'intelligence artificielle. ■



cahiers des charges, des labels, des signes de qualité, publics ou privés. Label Rouge, IGP, AOP, Bio: cette diversité garantie était jusqu'à peu notre singularité. En effet, en France, les produits agricoles ne sont pas des produits banals et standards, sur lesquels toute la valeur serait apportée par l'industrie. Ils ont une valeur en soi. Pour répondre à ces évolutions, des grandes entreprises françaises représentatives de tous les produits « de la fourche à la fourchette » (Auchan, Advitam, Fleury Michon, Sodebo, Soufflet, Terrena) ont lancé en 2018 le projet Ferme France. Depuis rejointes par la Fédération nationale des producteurs laitiers, Système U, Sodiaal, et Afnor Certification, ces entreprises coconstruisent un système de notation sociétal des produits, au profit d'une mise en commun d'un référentiel de valeur partagé. Les enjeux notés sont la nutrition, l'environnement, le social, l'économie, la traçabilité, le bien-être animal et la contribution au bien commun. Pour faire des enjeux de société un levier de développement aussi bien en France qu'à l'international.

La partie visible pour le consommateur en est une étiquette de notation du produit par catégorie, sur 100 points. Cette éti-

« Des entreprises coconstruisent un système de notation sociétal des produits, au profit d'une mise en commun d'un référentiel de valeur partagé »

quette est dans l'esprit de l'Éducation nationale, qui note les élèves selon un programme et des matières: Ferme France note les produits selon un référentiel d'actions et des enjeux.

### AMÉLIORER LES PRODUITS

Les consommateurs légitimeront la démarche par un jury citoyen volontaire, en allant par milliers dans les fermes, les usines et les magasins vérifier que les notes affichées correspondent à la réalité - via un système d'applis. Les premières étiquettes seront sur les produits en 2019. Le détail

des performances par enjeu de société sera accessible via un zoom digital. Pour la première fois, les consommateurs pourront choisir les produits « mieux disant sociétaux » en toute connaissance de cause.

Agriculteurs, industriels ou commerçants, aujourd'hui tous engagés dans des démarches d'innovations concurrentes, trouveront dans le projet un programme de progrès continu clair et partagé d'amélioration des produits. Ce projet leur permettra de mieux se différencier, tout en simplifiant leur quotidien par une réduction des coûts et une meilleure rémunération. Tous seront regroupés pour faire de la « Ferme France » un modèle gagnant. ■



L'agriculture française a développé 450 terroirs et des milliers de productions différentes.