

FAQ

Des pilotes IA à l'impact sur l'entreprise

Comment les fabricants de produits alimentaires et de boissons peuvent déployer l'IA à grande échelle pour obtenir des résultats commerciaux mesurables

Pour les entreprises de l'industrie agroalimentaire, l'intelligence artificielle (IA) est en train de passer rapidement de l'expérimentation à une priorité stratégique. Pour de nombreuses organisations, le défi n'est plus d'identifier des cas d'utilisation de l'IA. Il s'agit de créer les données, les systèmes et les processus connectés nécessaires pour transformer des projets pilotes prometteurs en résultats commerciaux mesurables à grande échelle.

Selon le rapport 2026 de Rockwell Automation sur l'état de la fabrication intelligente, la majorité des entreprises du secteur agroalimentaire utilisent ou prévoient d'utiliser l'IA au cours de l'année à venir, et près de la moitié ont déjà investi dans cette technologie.

Cependant, les fabricants de produits alimentaires et de boissons déclarent que moins de la moitié des données qu'ils collectent est utilisée efficacement, ce qui met en évidence un écart important entre la génération d'informations et leur utilisation concrète. Si beaucoup reconnaissent le potentiel de l'IA pour améliorer l'efficacité et la performance opérationnelle, le déploiement de ces premiers succès à l'échelle de l'entreprise reste un obstacle majeur. Cette FAQ explore comment les entreprises peuvent construire les fondations numériques nécessaires pour libérer davantage de valeur grâce à l'IA et accélérer leur transformation.



Qu'est-ce qui empêche les organisations de lancer et de déployer avec succès des projets pilotes d'IA à grande échelle ?

Les fabricants de produits alimentaires et de boissons ont largement dépassé la phase d'exploration de l'IA. Près de 90 % utilisent déjà l'IA et l'apprentissage automatique (ML) dans leurs opérations ou prévoient de le faire à court terme, ce qui démontre que le secteur ne se demande plus si l'IA a de la valeur. Le plus grand défi consiste à transformer cet élan en résultats commerciaux mesurables à grande échelle.

Pour de nombreuses organisations, les obstacles ne résident pas dans les modèles d'IA eux-mêmes, mais dans les fondations opérationnelles et organisationnelles nécessaires pour les soutenir. Plus de quatre dirigeants sur dix du secteur agroalimentaire citent la collecte, la compréhension et l'utilisation efficace des données comme un obstacle majeur à la croissance, tandis que d'autres évoquent les contraintes budgétaires, les défis liés à l'exécution des projets d'investissement, les priorités concurrentes et la gestion du changement organisationnel.

Près de 90 % utilisent déjà l'IA et l'apprentissage automatique (ML) dans leurs opérations ou prévoient de le faire à court terme.

Les fabricants de produits alimentaires et de boissons rapportent qu'ils n'utilisent effectivement qu'environ 45 % des données qu'ils collectent, laissant ainsi une part importante d'informations potentiellement précieuses inaccessibles aux décideurs et aux applications d'IA.

Ces défis sont amplifiés par une lacune persistante en matière de données. Les fabricants de produits alimentaires et de boissons rapportent qu'ils n'utilisent effectivement qu'environ 45 % des données qu'ils collectent, laissant ainsi une part importante d'informations potentiellement précieuses inaccessibles aux décideurs et aux applications d'IA.

De nombreuses organisations peuvent démontrer leur succès dans des cas d'utilisation individuels, mais généraliser ces réussites sur l'ensemble des sites, des fonctions et des processus métier s'avère souvent beaucoup plus compliqué. C'est pourquoi les principaux fabricants considèrent de plus en plus l'IA comme faisant partie d'un effort de transformation plus large, plutôt que comme une initiative technologique isolée.



Les organisations qui parviennent à déployer l'IA de manière plus efficace commencent souvent par renforcer les fondations qui la soutiennent, en créant une meilleure connectivité entre les systèmes opérationnels et commerciaux, en améliorant la qualité et l'accessibilité des données, et en alignant les initiatives d'IA sur des objectifs commerciaux clairs tels que l'amélioration de la qualité, la réduction des coûts, l'augmentation de la productivité et la minimisation des risques. Lorsque l'IA est construite sur ce type de fondation numérique connectée, il devient plus facile de démontrer sa valeur, de gagner la confiance des parties prenantes et de déployer à grande échelle les cas d'utilisation réussis au sein de l'entreprise.

POURQUOI L'INTÉGRATION IT/OT EST-ELLE ESSENTIELLE POUR TRANSFORMER LES ANALYSES DE L'IA EN RÉSULTATS CONCRETS ?

Pour être efficace, l'IA a besoin de contexte, et l'intégration des sources de données IT et OT est l'un des moyens les plus puissants de fournir ce contexte. Cela s'explique par le fait que l'intégration des technologies de l'information (IT) et des technologies opérationnelles (OT) est la base d'une visibilité à l'échelle de l'entreprise qui favorise la collaboration entre équipes interfonctionnelles et élimine les silos d'information. Une fois que les données sont standardisées, contextualisées et centralisées dans un environnement intégré IT/OT, l'IA peut les analyser rapidement et révéler des tendances qui pourront ensuite être utilisées pour apporter des ajustements éclairés.

Cette base est de plus en plus importante, car les fabricants de produits alimentaires et de boissons prévoient d'étendre

considérablement l'utilisation de l'IA au cours des prochaines années. Les acteurs du secteur s'attendent à ce que la part des processus de fabrication assistés par l'IA passe d'environ 37 % aujourd'hui à plus de 60 % d'ici 2030, ce qui augmentera le besoin de données opérationnelles et commerciales connectées.

Par exemple, de nombreuses entreprises du secteur alimentaire et des boissons ont déjà déployé des systèmes de vision afin d'améliorer le contrôle qualité, de réduire les défauts et d'assurer la cohérence. Cependant, la plupart de ces systèmes fonctionnent encore comme des solutions autonomes sur des lignes de production ou des sites individuels. En connectant les données de vision aux systèmes informatiques basés sur le cloud, les fabricants peuvent centraliser les informations à travers différents sites, identifier les tendances, reproduire les meilleures pratiques et commencer à favoriser des améliorations continues à grande échelle.

Les acteurs du secteur s'attendent à ce que les processus de fabrication assistés par l'IA passent d'environ 37 % aujourd'hui à plus de 60 % d'ici 2030, ce qui augmentera le besoin de données opérationnelles et commerciales connectées.



COMMENT UNE FONDATION NUMÉRIQUE CONNECTÉE PEUT-ELLE AIDER À RÉSOUDRE SIMULTANÉMENT PLUSIEURS PROBLÈMES OPERATIONNELS ?

Les fabricants de produits agroalimentaires doivent gérer un ensemble croissant de priorités commerciales interconnectées : amélioration de la qualité, gestion des coûts, augmentation de la productivité, renforcement de la résilience de la chaîne d'approvisionnement et pénuries de personnel. Bien que ces priorités soient souvent abordées par le biais d'initiatives individuelles, il peut être difficile d'obtenir un impact durable lorsque les systèmes, les processus et les données restent déconnectés.

Une base numérique connectée permet de rassembler les données opérationnelles et commerciales, ce qui offre ainsi une meilleure visibilité à l'échelle de l'entreprise et permet de prendre des décisions en comprenant mieux comment les actions dans un domaine peuvent influencer les résultats dans un autre. Lorsque les données sont contextualisées et accessibles à travers les différentes fonctions, les organisations sont mieux placées pour identifier les inefficacités, coordonner les ressources et réagir plus efficacement à l'évolution des conditions commerciales.

Ceci est particulièrement important, car les fabricants sont confrontés à des pressions persistantes concernant l'utilisation des données, la performance opérationnelle et la disponibilité de la main-d'œuvre. Les responsables du secteur alimentaire et des boissons citent l'utilisation efficace des données, la mise en œuvre d'initiatives de croissance et la gestion de priorités concurrentes parmi leurs défis organisationnels les plus importants. Une approche connectée

permet de résoudre ces problèmes en réduisant les silos d'information, en améliorant la collaboration et en offrant une vision partagée des opérations à l'échelle de l'entreprise.

Par exemple, si une promotion chez un détaillant ou une hausse saisonnière de la demande entraîne une augmentation des commandes, les données du système de planification des ressources de l'entreprise (ERP) peuvent circuler de manière transparente vers un système d'exécution de la production (MES) pour ajuster automatiquement les plannings de production, orchestrer des robots mobiles autonomes (AMR) pour acheminer les matières premières à la ligne, et optimiser les opérations de production. En connectant les systèmes et les données tout au long de la chaîne de valeur, les fabricants du secteur agroalimentaire peuvent réagir plus rapidement à l'évolution de la demande, réduire la coordination manuelle et améliorer les niveaux de service tout en maintenant l'efficacité opérationnelle.

Lorsque l'IA est intégrée à ce type d'environnement, elle peut améliorer la prise de décision en révélant des schémas, en identifiant des opportunités d'optimisation et en aidant les équipes à anticiper et à répondre aux défis opérationnels avant qu'ils n'affectent la performance.

QUELS SONT LES PREMIERS INDICATEURS DE SUCCÈS DE L'IA ?

Les leaders du secteur considèrent de plus en plus l'IA comme un outil permettant d'obtenir des résultats commerciaux mesurables, plutôt que comme une simple introduction de nouvelle technologie. Selon le rapport 2026 sur l'état de la

Le rapport a révélé que l'amélioration de la qualité (46 %), la réduction des coûts (40 %) et la minimisation des risques opérationnels (36 %) restent parmi les principaux objectifs du secteur.

fabrication intelligente 48 % des fabricants considèrent l'IA et l'apprentissage automatique comme la capacité de fabrication intelligente ayant le plus grand impact commercial parmi les technologies évaluées.

Ces résultats sont étroitement alignés avec les priorités de transformation plus larges des fabricants. Le rapport a révélé que l'amélioration de la qualité (46 %), la réduction des coûts (40 %) et la minimisation des risques opérationnels (36 %) restent parmi les principaux objectifs du secteur. Les organisations qui relient les initiatives d'IA à ces objectifs commerciaux sont souvent mieux placées pour démontrer leur valeur, obtenir le soutien des parties prenantes et étendre les cas d'utilisation réussis à l'ensemble de l'entreprise.

COMMENT LES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES PEUVENT-ELLES PASSER AVEC SUCCÈS DES PROJETS PILOTES À UNE TRANSFORMATION GLOBALE ?

La réussite du passage à l'échelle commence bien avant le déploiement d'un projet pilote. Les organisations qui obtiennent le plus grand impact conçoivent généralement leurs projets pilotes en tenant compte à la fois de la valeur commerciale mesurable et de la possibilité d'extension future, créant ainsi une voie plus claire entre la validation de principe et l'adoption à l'échelle de l'entreprise. Plutôt que de se concentrer uniquement sur le succès d'un projet pilote, les principaux fabricants évaluent s'il peut être reproduit de manière cohérente dans différents sites, fonctions et cas d'utilisation.

À mesure que les investissements dans l'IA continuent de croître dans l'ensemble du secteur de l'alimentation et des boissons, les dirigeants se concentrent de plus en plus sur la démonstration de la valeur commerciale et sur l'évitement de déploiements isolés qui génèrent de la complexité sans apporter d'impact durable. La réussite du passage à l'échelle nécessite de la standardisation, de la gouvernance et une connexion claire entre les investissements technologiques et les objectifs commerciaux. Les organisations qui établissent des modèles de données communs, des processus reproductibles et des flux de travail intégrés sont souvent mieux placées pour étendre des initiatives réussies à l'ensemble de l'entreprise.

En même temps, la transformation de l'entreprise nécessite plus que la technologie. Cela dépend également des personnes, des processus et de la préparation de l'organisation. Les dirigeants du secteur agroalimentaire reconnaissent de plus en plus que la préparation de la main-d'œuvre est essentielle pour tirer parti des investissements dans la transformation numérique. Notre rapport 2026 sur l'état de la fabrication intelligente montre que 93 % des fabricants s'attendent à ce que les initiatives de fabrication intelligente transforment leur main-d'œuvre, tandis que 40 % ont déclaré avoir requalifié des employés au cours de l'année écoulée. Les organisations qui associent la modernisation technologique au développement des compétences de leur personnel sont souvent mieux placées pour accélérer l'adoption et maintenir les résultats dans la durée.

Notre rapport 2026 sur l'état de la fabrication intelligente montre que 93 % des fabricants s'attendent à ce que les initiatives de fabrication intelligente transforment leur main-d'œuvre, tandis que 40 % ont déclaré avoir requalifié des employés au cours de l'année écoulée.

Au final, les entreprises qui parviennent le mieux à utiliser l'IA à grande échelle sont celles qui l'envisagent non pas comme une série de projets individuels, mais comme une composante d'une stratégie de transformation plus globale. En alignant la technologie, les personnes et les processus autour de résultats commerciaux mesurables, les fabricants peuvent créer un cadre reproductible permettant d'étendre des projets pilotes réussis à l'ensemble de l'entreprise.

Pour plus d'informations, lisez le rapport complet sur l'état de la fabrication intelligente 2026.

VOIR LE RAPPORT >