

L'IA COMME MOTEUR  
D'APPRENTISSAGE COLLECTIF

**DAMIEN RISO**  
DIRECTEUR ASSOCIÉ,  
I&C - ABV FRANCE

Alors que nombre d'entreprises hésitent encore, paralysées par les enjeux techniques ou les craintes sociales, Cisco France (850 salariés) a fait le choix audacieux de transformer l'IA en accélérateur de performance collective.

« On se rend vite compte que l'IA n'est pas un sujet technique, c'est un sujet RH », explique Alexandra VIENNOT, Directrice des Ressources Humaines. L'enjeu consiste à dépasser la peur du remplacement, à créer une culture de confiance et à structurer une montée en compétences durable.

Dès l'arrivée massive d'outils IA, l'équipe RH a choisi une posture proactive et d'être pilote dans son utilisation, s'appropriant le sujet, expérimentant ses pouvoirs et ses limites, et diffusant ensuite les usages. « Nous avons été les premiers cobayes consentants. Si les RH l'em-

brassent et l'utilisent eux-mêmes, le message de confiance est beaucoup plus fort vis-à-vis des collaborateurs et permet de mieux s'approprier les contours du sujet », souligne-t-elle. Cette approche a permis d'éviter un déploiement focalisé sur l'outil et la sécurité des données, au détriment des usages métiers.


Méthodologiquement, Cisco France a misé sur l'apprentissage collectif. Formations, ateliers, partage de cas d'usage, bibliothèques de prompts, hackathons internes ; l'objectif est d'aider chaque collaborateur à identifier ce que l'IA peut automatiser, simplifier ou améliorer, pour se concentrer sur sa vraie valeur ajoutée. « On valorise le fait de dire : j'ai utilisé l'IA, et voici comment », raconte Alexandra. Cette transparence lève les freins culturels et crée une dynamique positive.

La bascule s'est opérée quand une équipe commerciale pilote a intégré l'IA dans son quotidien. Le résultat a été immédiat. « Les transformations ont réduit la charge administrative, amélioré l'analyse des besoins clients, la réactivité et la capacité à conclure des affaires », souligne la DRH. Cette preuve opérationnelle a agi comme un révélateur, puisque les résistances initiales se sont effondrées. « Les freins sont tombés beaucoup plus vite que prévu » constate Alexandra, avec beaucoup d'humilité sur le rôle clé joué par son équipe dans la transformation managériale.

Mais cette réussite ne doit pas masquer le risque de tomber dans « la facilité ». L'IA propose, analyse,

classe, mesure, et peut encourager une lecture automatisée de la performance, au détriment du contexte humain. « Une relation client ne se résume pas à des données », rappelle-t-elle. Le management doit rester exigeant dans l'analyse qualitative et le dialogue, pour éviter de devenir simple collecteur de tableaux de bord. Chez Cisco, le mot d'ordre est clair, « l'IA assiste, l'humain décide ».

L'ambition pour 2026 est assumée, avec la volonté de faire de l'IA un réflexe adopté par toutes les équipes commerciales, au service de l'agilité et de la différenciation client. Pour les DRH, le message est limpide, il ne faut pas laisser l'IA aux seuls experts techniques. « Mon conseil ? prendre les devants. L'IA est un sujet RH avant tout. Nous devons être au cœur du déploiement, de la formation et de l'accompagnement du changement. »

Alexandra VIENNOT porte une conviction forte qui induit que l'IA pourrait ainsi devenir une formidable opportunité pour réinventer les modes d'apprentissage et de transmission en entreprise, tout en redonnant (paradoxalement) du pouvoir aux compétences humaines. 



**ALEXANDRA VIENNOT**  
PEOPLE & COMMUNITIES  
COUNTRY LEADER - FRANCE  
DE CISCO