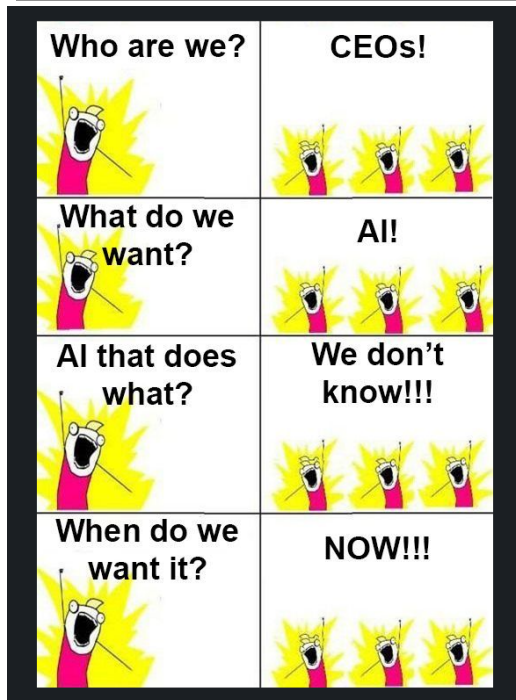




Y'a IA ou Y'a pas IA ?

L'IA & Axway, on y va ... à notre rythme



À l'occasion de notre réunion ordinaire du mois de juin, Monsieur Roland Royer est venu partager avec nous la stratégie d'Axway sur l'IA. En préambule, Monsieur Royer distingue 4 sujets ou 4 degrés sur l'utilisation de l'IA dans l'entreprise :

- Les apports de l'IA dans le fonctionnement d'une entreprise ;
- L'impact de l'IA dans le développement logiciel
- Les apports fonctionnels de l'IA dans nos solutions
- La valeur apportée aux clients qui ont des projets d'intelligence artificielle.

Concernant le deuxième point et depuis l'an dernier, les équipes R&D peuvent se doter de Github Copilot. Nous avons ainsi un tableau de bord permettant de suivre l'utilisation de la solution au sein de la R&D, et les retours utilisateurs sont très positifs. Il est néanmoins plus compliqué d'en sortir un indicateur permettant de quantifier le gain de la solution et des réflexions sont en cours sur le sujet.

De nouveaux outils sont arrivés côté Marketing, et formation,

permettant de créer du contenu, notamment vidéo, plus rapidement et de meilleure qualité.

En dehors de cela, aucun plan global n'a été présenté, et du coup nous restons un peu sur notre faim. Ainsi le sujet formation aux technologies IA n'a même pas été abordé lors de la réunion. Il nous semble que de multiples initiatives foisonnent au sein de certains départements, sans qu'il n'y ait de réelle stratégie au niveau de l'entreprise. C'est un peu système D.

Sur le troisième point, la grande nouvelle de ces derniers mois est le virage pris par la ligne de produit Amplify pour proposer une IA Gateway. Un positionnement original qui a probablement du sens, puisqu'il s'agit d'une continuation de notre API Gateway, et que les premiers retour clients sont très positifs. Alors effectivement, il s'agit d'un nouveau produit, basé sur des technologies et des standards qui sont en train d'émerger sur le marché. La promesse est belle, et il va falloir encore du temps avant de pouvoir sortir un produit implémentable en environnement client.

Cela dit, le verre reste à moitié plein puisque sur les autres lignes de produits, on reste sur un sentiment du chacun pour soi. Ainsi, nous n'avons pas été convaincus par la réponse de normand à la question : " Ne craignez-vous pas de recréer des silos entre chaque ligne de produits qui vont investir sur l'IA sans réelle stratégie globale ?" . Pour l'instant la stratégie Axway en matière d'IA d'abord opportuniste, c'est surtout : « nous disposons de ressources brillantes - notamment un Chief AI Architect qui est capable de faire des présentation magnifiques (<https://axway.jiveon.com/groups/rd/blog/2025/05/22/what-real-estate-can-teach-us-about-ai-agents-and-data-sovereignty>) - laissons-les se former sur l'IA et si ils ont une bonne idée, on pourra l'exploiter. »

De fait, la mise en place d'une réelle stratégie avec une équipe dédiée qui viendrait assister, canaliser et

promouvoir les initiatives locales, l'intégration des concepts IA dans les plans de formation et les compétences de base de l'ensemble du personnel au travers de la GEPP par exemple, demande un investissement que l'entreprise n'est pas forcément prête à réaliser aujourd'hui. Il est vrai que les problématiques de sécurité et légales (et notamment la Propriété Intellectuelle) restent floues, que les technologies, les modes de consommation de l'IA, les retours d'expériences apparaissent à un rythme toujours plus rapide et qu'il est difficile de définir dans quel wagon on peut sauter.

Enfin, il a été annoncé que désormais les investissements sur l'IA sont suivis, **TraidUnion** demande donc que ces métriques soient suivies régulièrement au sein du CSE, avec un point particulier sur Fusion.

Pour conclure et puisque nous n'avons aucune ambition (et que personne ne nous le demande d'ailleurs) de dicter la stratégie de l'entreprise en la matière, **TraidUnion** souhaite cependant continuer à attirer l'attention de la direction sur l'importance d'en avoir une et nous souhaitons aussi pouvoir suivre les avancées de celle-ci et pouvoir en mesurer les impacts sur l'organisation du travail, la carrière et l'activité de chacun des salariés de l'entreprise.



Retard sur l'IA - La France lance le programme "Osez l'IA"

Quand je m'examine, je m'inquiète. Quand je me compare, je me rassure. Talleyrand

Avec une certaine logique, vu le rythme auquel avance l'IA, il est plus facile d'être en retard qu'en avance.

La France est en retard et le gouvernement lance le programme "Osez l'IA" pour encourager les entreprises à accélérer sur le sujet. <https://www.economie.gouv.fr/actualites/osez-lia-un-plan-pour-diffuser-lia-dans-toutes-les-entreprises#>

Au regard des chiffres cités, notre situation n'est pas aussi catastrophique que certains Cassandra se plaisent à le dire.

Les objectifs du plan "Osez l'IA" sont ambitieux, et le budget limité - 200 millions - on reconnaît ici la puissance du modèle français.

Diffuser l'IA dans les entreprises : les objectifs pour 2030

100 %

Part des grands groupes
français utilisant l'IA en
2030

80 %

Part des PME/ETI
françaises utilisant l'IA
en 2030

50 %

Part des TPE françaises
utilisant l'IA en 2030

Le plan s'articule sur 3 axes, pouvant être pertinents à réutiliser en entreprise :

1. Sensibiliser pour favoriser l'adoption à l'IA via la création et la mobilisation d'un réseau de 300 ambassadeurs IA d'une part et des événements réguliers.
2. Former, via une Académie de l'IA

3. Accompagner les entreprises pour identifier les solutions IA pertinentes au travers de i) diagnostics Data IA, ii) catalogue de solutions et de cas d'usage, iii) Prêts garantis par l'État, iii) Le soutien de l'État à la création de nouvelles solutionsw

Length of Service : c'est la fin du Champagne



Vous le découvrirez tout prochainement, Axway a annoncé l'arrêt de la distribution de bouteilles de champagnes pour les Length Of Service nous laissant dans une expectative malsaine sur la solution de remplacement « à l'étude ». Les arguments avancés pour cette révolution sont :

Le champagne ça coute cher

C'est probablement vrai, mais en même temps si on compare à 20 ans de d'assiduité, on peut se demander si le prix est tellement élevé ? De plus après presque 8 ans d'existence du programme il est étonnant d'arriver à un tel constat, comme s'il n'y avait pas eu d'estimation de budget.

C'est compliqué d'envoyer les bouteilles à travers le monde

L'explosion et l'imprévisibilité des droits de douanes constituent sûrement un facteur déclenchant de ce virage. Cette organisation était pourtant jusqu'à présent mise en valeur :

<https://axway.jiveon.com/people/dfougerat@axway.com/blog/2022/03/11/2022-length-of-service-on-its-way>

Un tel don devrait normalement être déclaré aux autorités

Pour rappel, aux yeux de l'URSSAF, un cadeau à un employé ne doit pas dépasser 5% du Plafond Mensuel de Sécurité Sociale soit 196€ à date. De plus, il ne peut être effectué que dans les cas suivant (la liste est exhaustive et croquignole) : une naissance, une adoption, un mariage, un pacs, un départ à la retraite, la fête des mères, la fête des pères, la rentrée scolaire (pour des enfants âgés de moins de 26 ans), la Sainte-Catherine (pour les femmes non mariées fêtant leur 25^{ème} anniversaire), la Saint-Nicolas (pour les hommes non mariés fêtant leur 30^{ème} anniversaire), Noël des enfants et des salariés. En bref, l'opération LoS n'entre pas dans le cadre juridique.

Certains ne boivent pas d'alcool et ne se reconnaissent pas dans la « valeur champagne »

C'est effectivement l'argument le plus recevable. Tout le monde ne consomme pas forcément de l'alcool et encore moins du champagne. Si cela ne pose relativement pas de soucis culturels en France, il est compréhensible que dans d'autre pays celui puisse être compris différemment.

Donc que la direction propose autre chose que du champagne, pourquoi pas, mais n'oublions pas que le plaisir de recevoir est lié au plaisir d'offrir. Ainsi un employé peut se sentir reconnu par son entreprise en recevant un cadeau qui effectivement coute de l'argent car cela montre que l'entreprise croit en lui, même s'il ne boit pas de champagne, car il reconnaît la valeur du don. Si c'est pour remplacer par un t-shirt fabriqué au Bangladesh (comme les hoodies reçus à Noël) il est plus difficile de percevoir la valeur que l'entreprise porte à ses salariés.

En conclusion, arrêter le champagne, pourquoi pas, mais par quoi le remplacer ? Il en va de l'image de l'entreprise auprès des salariés sans parler du soutien aux producteurs français (au moment où les droits de douane explosent) car il s'agit de notre identité (encore plus vrai maintenant qu'on s'appelle 74 Software).

Pour une communication qui connecte, pas qui déconnecte !



Le 16 juin 2025 restera une date marquante dans les annales d'Axway. Sans crier gare, sans la moindre consultation, l'équipe en charge de la sécurité a décidé, d'un coup de baguette unilatéral, de bloquer l'accès aux e-mails via l'application native des smartphones. Résultat ? Pendant plusieurs jours, nombre d'entre nous se sont retrouvés coupés de leurs courriels et agendas, souvent sans autre moyen d'être alertés.

Après des échanges dignes d'un match interminable à Roland-Garros sur la plateforme 74 Software

Anywhere, on nous a servi une vague justification : des « raisons de sécurité » (où est l'analyse de risques, au fait ?). La solution proposée ? Passer par un logiciel tiers comme Outlook. Sérieusement ?

Axway, championne de l'intégration, vend à ses clients des solutions fluides et performantes. Pourtant, en interne, on sabote l'expérience employé. Bloquer l'accès à l'application native des smartphones, c'est renoncer à :

- Les alertes en temps réel pour les nouveaux e-mails.
- Aux événements de l'agenda iPhone,
- L'intégration des recherches globales (Spotlight) pour retrouver facilement nos échanges et rendez-vous.
- La possibilité d'exploiter l'intelligence artificielle pour optimiser la gestion de nos communications et agendas, alors même que ce sujet est au cœur des discussions chez nos collègues.

Cette décision, prise sans concertation, va à l'encontre de ce que nous prônons : fluidité, efficacité, intégration. Elle freine nos communications internes et externes, et complique nos processus au lieu de les optimiser.

Alors, rendons-nous nos e-mails... ou, tant qu'à faire, ressortons les fax !

La barre passera-t-elle l'Été ?

Pour rappel vous pouvez toujours voter pour ou contre la suppression de la barre sur la table de l'espace work-café.

À date, cette affaire n'a intéressé que 93 personnes dont 89 (plus de 95% quand même !) souhaitent la disparition de la fameuse barre.

Pour une mise en perspective, nous sommes souvent, (trop souvent ?) plus de 150 sur le plateau on pourrait s'attendre à une plus grande participation. Faites donc passer le mot à ceux qui ne lisent pas nos publications mais qui pourraient néanmoins rester irrités par la présence de ce monument à la séparation.

<https://axway.jiveon.com/polls/2701>

Cela se passe sur le site de votre CSE

N'oubliez pas de vous rendre sur le site du CSE à Accueil/ BILLETTERIE/ACTIVITES /VOYAGES ou bien <https://www.ce-axway.net/index.php/les-activites-culturelles?view=activite&layout=edit&id=676>

- Profitez d'une visite à l'Aquarium de Paris (15€ pour les adultes et 12€ pour les jeunes et 10€ pour les enfants à la place de 27€ le prix public).
- Il reste encore des billets pour les bateaux mouche (à 8€ et 4€, à la place de 17€ et 8€).
- Enfin pour les petits curieux nous vous proposons un pass annuel, avec entrées illimité au parc zoologique de Paris, aux sites du Jardin des Plantes et au Musée de l'Homme.

<https://www.ce-axway.net/index.php/les-activites-culturelles?view=activite&layout=edit&id=613>

Et pour finir ...

BONNES VACANCES À TOUTES ET TOUS



Que ce soit Axway ou 74Software, vos élus sont toujours à votre écoute ; Jean-Claude Bellando, Monique Courcoux, Sandrine Gallissot, Kamal Dadi, Jean-Marie Mahieu, Marianne Quinque, Sylvie Decorps, Pascal Bibas, Sophie Saltiel, Chantal Roudil D'Ajoux, Thibaud Kahn, Khalid Machit, Amelie Pisa, Emmanuel Methivier, Christophe Ganieux.