

# IA : quand sonne le glas du management intermédiaire

À quoi ressembleraient le monde du travail et sa gestion dans 15 ans ?

L'intelligence artificielle (IA) va bouleverser le marché et ses codes. Mais l'hypothèse d'un remplacement massif des humains par des robots est à nouveau écartée.

C'est ce qui ressort d'une [étude](#) prospective\* pour Citrix. 1500 dirigeants et employés de grandes et moyennes entreprises en Europe et aux États-Unis ont été interrogés.

Que retenir de cette enquête ?

75% des répondants pensent que l'IA aura largement accéléré les processus décisionnels et la productivité des équipes, à horizon 2035. L'[automatisation](#) « libérant » la main d'oeuvre des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée (pour 83% du panel).

Par ailleurs, 75% des personnes concernées par l'enquête estiment que l'investissement dans l'IA et ses algorithmes sera le principal moteur de croissance de leur entreprise.

En outre, 72% s'attendent à ce que l'IA et les technologies associées rapportent plus de revenus à leur organisation que « les travailleurs humains ». Mais ces technologies pèseraient également davantage sur les coûts d'exploitation annuels des sociétés.

Le management va évoluer.

## **Manager « augmenté » par l'IA**

57% pensent que l'IA influencera la plupart des décisions commerciales en 2035.

Les cadres intermédiaires classiques seraient menacés. Ils ne sont pas les seuls. 60% des employés pensent que les salariés permanents seront minoritaires d'ici 2035. La période serait celle de la coopération humain-machine et du manager « augmenté » par l'IA.

Les analystes s'interrogent :

Le monde des affaires sera-t-il dominé par quelques multinationales détenant les moyens de production et centralisant la création de valeur ? Ou sera-t-il davantage morcelé, impacté par des organisations de plus petite taille, privilégiant un modèle économique de type « plateforme », avec une main d'œuvre majoritairement indépendante et flexible ?

\* L'étude « Work 2035 » du groupe logiciel américain Citrix a été réalisée avec l'agence Man Bites Dog et les sociétés de conseil et analyse B2B Oxford Analytica et Coleman Parkes. États-Unis, France, Allemagne, Pays-Bas et Royaume-Uni sont concernés.