Product Design et IA dans les grands groupes : ce qui a vraiment changé



« Il y a une autoroute devant nous. » Pour les designers, l'IA ouvre grand le terrain de la discovery et du bon problème à résoudre. En interne, le chemin reste sinueux : la direction réclame de l'IA, les designers testent en shadow AI et la sécurité veille au grain. Deux responsables design, dans la restauration collective et le numérique B2B, racontent où en sont vraiment leurs équipes.

ADOPTION DISCOVERY SHADOW AI GOUVERNANCE

Nicolas Duval
Global Head of Product Design

Julia Suzuki Tsuji
Head of Design

Fanny Pourcenoux
Product Design Tribe Director
Animation

Un gate humain à chaque étape

Dans la restauration collective, l'IA accélère la production et l'accès à l'information, mais chaque étape de discovery garde un gate humain. Après un entretien, on note ses propres enseignements avant de lire la synthèse du modèle, qui hallucine encore sur les grosses recherches. Même logique que pour les pilotes de ligne, priés de voler en manuel pour ne pas perdre la main.

Un prototype ne coûte presque plus rien, une mauvaise décision coûte toujours aussi cher, maintenance en prime. Une équipe a lâché Figma pour tout faire dans Claude et part en prod à une vitesse folle… sans toujours savoir quel problème elle règle. Le vrai travail reste là : isoler le bon problème, puis aligner les humains derrière.

Cadrer avant d'accélérer

Dans le numérique B2B, la souveraineté passe d'abord, au point que l'outil interne est moins puissant que celui vendu aux clients. Les designers explorent donc avec de fausses données, puis transposent ce qui marche sur les outils autorisés. Les process restent en place le temps de mesurer l'impact réel sur la productivité et la qualité.

Sauf que des PM débarquent déjà avec une maquette vibe-codée en trois heures sur un sujet travaillé depuis six mois… **Sans fondations propres (design system, tone of voice), l'IA ajoute surtout du chaos.** Et quand l'expérience pèche, c'est le design qu'on regarde, même si le code ou le produit sont en cause.

Ce qui coince

On teste vite, puis on découvre trop tard qu'on n'a pas les autorisations. Les tokens se rationnent, au point d'attendre le 6 du mois que Figma recharge les compteurs, pendant que le ROI reste déclaratif. Reste une fatigue plus discrète : l'IA retire les petites tâches où le cerveau respirait et, comme avec la cigarette électronique, on ne sait plus quand s'arrêter.

Par où commencer

1. Tester à partir des problèmes à régler, pas du dernier outil sorti.
2. Commencer par la discovery plutôt que par la delivery.
3. Régler la sécurité dès le départ, pas en fin de course.
4. Garder du recul : personne ne suit chaque sortie, et ça n'a rien de grave.

À retenir

La valeur du designer glisse vers le choix du bon problème et de ce qu'on décide de ne pas garder.

Une IA qui se trompe avec aplomb détruit la confiance plus vite que dix réponses prudentes.

Les modèles convergent vers le standard ; sortir du lot reste l'affaire d'un regard humain.