

keyrus  
make data matter

TAB  
Tech Advisory Board

Chapitre 4

# Les 25 expressions ou idées Data et IA les plus *bullshit* en 2025

[www.keyrus.com](http://www.keyrus.com)

# Les 25 expressions ou idées Data et IA les plus *bullshit* en 2025

Dans l'univers de la Data et de l'IA, certaines expressions prolifèrent à grande vitesse, colonisant les *pitchs* commerciaux, les articles de blog et les présentations marketing. Derrière ces termes séduisants se cachent souvent des promesses grandiloquentes qui peinent à se concrétiser.

En effet, les *buzzwords* sont autant des outils de communication que des pièges pour les non-initiés. Ils répondent à une double logique : séduire des décideurs avec des promesses grandioses et masquer les limites techniques des solutions actuelles. Si certains termes sont simplement exagérés, d'autres relèvent presque de la mystification.

Cependant, ce phénomène a un effet positif : il pousse à poser des questions critiques. Derrière chaque *buzzword* se trouve une vraie problématique, un défi technologique ou organisationnel à résoudre. Ainsi, même les concepts les plus absurdes peuvent servir d'inspiration pour réfléchir à des solutions réalistes.

Alors, avant de succomber au prochain *Deep Learning Quantique*, souvenez-vous : tout ce qui brille n'est pas or, et dans le monde de l'IA, tout ce qui est vendu comme révolutionnaire n'a souvent rien de magique.

Voici un décryptage des *buzzwords* et concepts qui, sous des dehors spectaculaires, méritent un peu de recul...

## Les buzzwords marketing

1. « **IA révolutionnaire** » – Tout le monde promet une IA « révolutionnaire », mais dans les faits, il s'agit souvent d'un modèle statistique basique déguisé sous une interface graphique colorée. Si l'adjectif « révolutionnaire » évoque des changements radicaux et durables, il est ici utilisé pour emballer des technologies bien rodées depuis des décennies. L'ironie ? Ces solutions sont parfois utiles, mais l'enrobage commercial exagéré finit par décrédibiliser le produit.

2. « **Intelligence Artificielle Générale 2.0** » – Quand un simple chatbot devient « IAG 2.0 », c'est le triomphe des commerciaux sur la réalité. L'intelligence artificielle générale, cette chimère de l'IA capable de tout faire, n'existe toujours pas, et l'ajout d'un « 2.0 » n'y change rien. Dans le meilleur des cas, on obtient un GPT légèrement optimisé ; dans le pire, un robot qui peine à aligner deux phrases.

3. « **Solution data-driven holistique** » – Ce terme semble promettre une vision globale et éclairée des données. Mais dans la plupart des cas, il désigne un tableau Excel avec quelques graphiques automatisés. L'adjectif « holistique » est un écran de fumée : les solutions sont souvent aussi segmentées que les données elles-mêmes, et les promesses d'une approche globale restent au stade du discours. Cette description superficielle rappelle les objectifs ambitieux de la Data Fabric, qui vise effectivement une approche intégrée, mais avec des capacités technologiques réelles.

La Data Fabric, en revanche, est une infrastructure complexe qui connecte, intègre et gouverne les données de manière intelligente dans des environnements distribués. Elle utilise des technologies avancées comme l'automatisation, l'intelligence artificielle et l'interopérabilité des systèmes pour fournir une vue unifiée et accessible des données. C'est bien plus qu'un tableau de bord avec des moyennes. Bref, c'est un peu magique. Mais ne nous croyez pas sur parole. Parcourez [Data Fabricadabra](#) et faites-vous votre propre opinion.



Image générée par **Recraft** avec la consigne :  
« Woman making up stories and spreading exaggerated rumors about technology. Liar. Bullshit marketing. »

4. « **Deep Learning quantique** » – La combinaison du « quantique » et du « deep learning » est irrésistible pour impressionner en réunion. Mais la réalité est bien moins glamour : il n'existe pas encore d'algorithme fonctionnel combinant efficacement ces deux technologies. C'est le parfait exemple de bullshit marketing : une phrase qui fait rêver mais que personne ne comprend, pas même ses créateurs.

5. « **Meta-IA auto-apprenante** » – Promettre une « IA qui apprend à apprendre » semble alléchant, mais dans les faits, il s'agit souvent de règles simples mises à jour manuellement. Le terme « auto-apprenant » n'est là que pour masquer le fait que l'intervention humaine reste centrale. En réalité, ces systèmes « auto-apprenants » nécessitent souvent plus de maintenance que des modèles classiques.

Il y a toutefois des exceptions notables. On pense notamment à Auto-insight, l'un des modules phares de la suite Alteryx, qui illustre particulièrement bien les bénéfices de l'intégration des capacités d'IA générative au sein des processus analytiques métier. Cet outil permet en effet de générer de manière entièrement automatisée des cas d'usage d'analyse pertinents et contextualisés, sur la base de simples invites ou prompts renseignées par l'utilisateur. Le sujet vous intéresse ? Lisez [IA Analyse pour tous](#).

Cela reflète aussi, dans une version amplifiée, certaines aspirations des outils MLOps, comme la gestion automatisée des pipelines, la mise à jour des modèles et leur déploiement continu.

Cependant, le MLOps réel ne prétend pas offrir une IA autonome ou totalement auto-gérée. Il s'agit d'une méthodologie et d'un ensemble d'outils visant à industrialiser le développement, la maintenance et la supervision des modèles de machine learning. Le MLOps s'appuie sur des pratiques comme le CI/CD (intégration et déploiement continus) et la surveillance active, mais nécessite encore une intervention humaine substantielle pour gérer les biais, valider les résultats et superviser les modèles en production. Vous souhaitez mieux appréhender ce sujet ? Lisez, que dis-je, dévorez [MLOps Standardisez vos workflows de Machine Learning](#).





Image générée par Midjourney avec la consigne :  
« Making up stories and spreading exaggerated rumors  
about technology. Liars. Bullshit marketing. »

## Les Promesses exagérées

6. « **Zero-shot everything** » – Le « zero-shot learning », capable de fonctionner sans données d'entraînement, est une avancée prometteuse... sur le papier. Dans la pratique, il s'effondre dès qu'on sort des exemples triviaux. La promesse de tout résoudre sans préparation est séduisante, mais elle repose sur des résultats anecdotiques, souvent loin des défis réels des entreprises.
7. « **AGI-ready infrastructure** » – Être « prêt pour l'intelligence artificielle générale » est une promesse vide quand l'IA elle-même n'existe pas. Derrière cette expression, on trouve souvent une infrastructure standard comme un serveur AWS. Ce type de discours exploite la fascination pour l'IA tout en proposant des solutions sans lien direct avec cette technologie hypothétique.
8. « **Real-time hyper-automation** » – Ce terme sonne comme la promesse d'une efficacité sans précédent. Mais en réalité, il désigne souvent des scripts batch exécutés pendant la nuit. Le « temps réel » devient une notion élastique : 24 heures ou plus, tant que cela impressionne le client...
9. « **Self-healing data** » – L'idée que les données puissent « se réparer » d'elles-mêmes est séduisante, mais la réalité est bien plus simple : des règles de validation basiques appliquées à des ensembles de données. Et bien sûr, une équipe de data engineers est toujours requise pour maintenir ces règles.

En même temps ils sont plutôt sympas les data engineers ! En revanche, la data observability ne prétend pas résoudre automatiquement les problèmes de données ; elle se concentre sur la visibilité, la traçabilité et la qualité des données. Elle fournit des outils pour identifier les problèmes, analyser leur origine et les résoudre efficacement, souvent avec un effort humain substantiel. Curieux d'en savoir plus ? Lisez [Observability is the new hype](#).

10. « **Emotional AI 2.0** » – Promettre une IA qui « comprend vos émotions » semble futuriste, mais la réalité est souvent limitée à des analyses d'emojis dans des messages. Avec une précision de 50 %, ces systèmes sont plus proches d'un jeu de pile ou face que d'une véritable révolution émotionnelle.

## Les concepts vides

11. « **Data lake quantique** » – Si le « data lake » est déjà un concept flou pour beaucoup, l'ajout de « quantique » ne fait qu'ajouter de la confusion. Souvent utilisé pour impressionner en réunion, ce terme n'a aucun fondement technique solide et reste un exemple parfait de jargon sans substance.
12. « **Blockchain AI synergy** » – Associer la blockchain à l'IA crée un cocktail irrésistible pour lever des fonds, avis aux amateurs... Mais dans la plupart des cas, ces deux technologies sont mal adaptées l'une à l'autre, et les cas d'usage concrets sont quasi inexistant. Malgré la toute petite littérature trouvée que nous avons épluchée, rien ne nous a convaincus.
13. « **Metaverse analytics** » – Le « Metaverse » est la nouvelle frontière des buzzwords, et y ajouter « analytics » ne fait que recycler des outils existants comme Google Analytics. Sous ce nouveau nom, on retrouve souvent des solutions identiques, mais à un prix nettement supérieur.
14. « **AI-powered digital twin** » – Créer des « jumeaux numériques propulsés par l'IA » semble fascinant, mais ces répliques virtuelles sont souvent limitées à des visualisations en 3D sans réelle utilité opérationnelle. Leur maintenance complexe dépasse de loin leur bénéfice supposé.
15. « **Quantum-edge computing** » – Le concept de « quantum-edge » est encore plus abstrait que les autres termes de cette liste. Personne ne sait réellement ce que cela signifie, et aucun cas d'usage concret ne semble exister. Pourtant, les budgets associés sont souvent pharaoniques. Mais sont-ils vraiment investis/dépensés ?

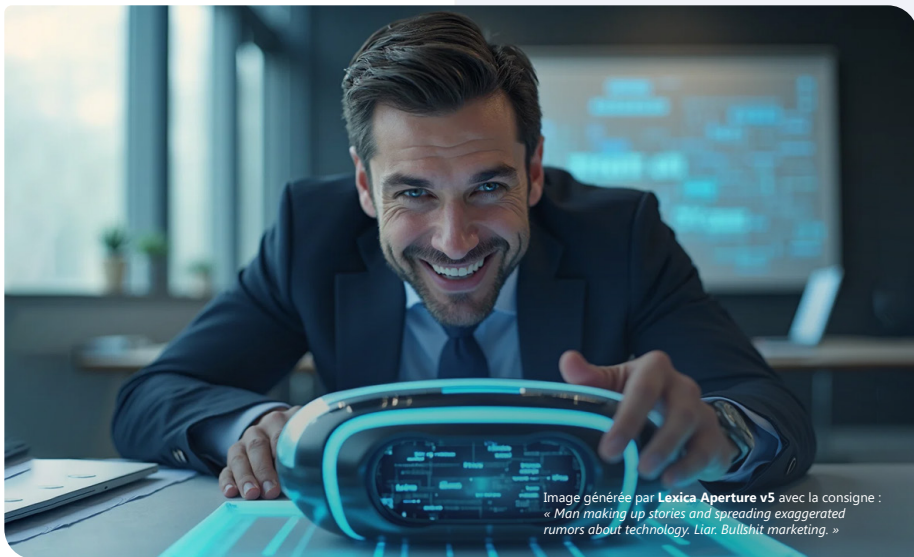


Image générée par Lexica Aperture v5 avec la consigne :  
« Man making up stories and spreading exaggerated rumors about technology. Liar. Bullshit marketing. »

## Les fausses solutions

16. « **No-code AI platform** » – L'idée d'une plateforme d'IA accessible à tous est séduisante, mais dans les faits, ces outils sont limités et nécessitent souvent du code pour aller au-delà des fonctionnalités de base. Ce paradoxe oblige les utilisateurs à faire appel à des experts, contredisant la promesse initiale. Enfin, pas tout à fait... Pour vous faire un avis plus nuancé sur cette question, nous vous recommandons la lecture de l'excellentissime [Innovation : L'ère du low-code/no-code](#).

17. « **AI-first data quality** » – Les solutions qui promettent une qualité des données « pilotée par l'IA » finissent souvent par introduire plus d'erreurs qu'elles n'en corrigent. Résultat : les équipes doivent doubler leurs efforts pour nettoyer à la fois les données et les erreurs générées. Bon, d'accord. Ce n'est pas entièrement vrai. Mais les résultats ne sont pas ouf, on ne va pas se mentir !

18. « **Autonomous data governance** » – La gouvernance des données « autonome » est une promesse alléchante, mais elle repose souvent sur des check-lists automatisées incapables de gérer des cas complexes (comprendre incapable de gérer les situations de la vie réelle). Déjà que nous, les humains, nous peinons à gérer le réel, l'autonomie totale est encore un idéal lointain.

19. « **Ultra-smart data catalog** » – Ces catalogues de données promettent une indexation intelligente mais se résument souvent à une recherche textuelle basique. Leur maintenance, loin d'être automatisée, devient une charge supplémentaire pour les équipes, qui ne nous disent pas merci.

20. « **Self-service analytics for all** » – L'idée de rendre l'analyse accessible à tous dans une organisation est admirable, mais dans les faits, ces outils sont souvent trop complexes pour les non-spécialistes. Résultat : une surcharge de travail pour les équipes IT, qui doivent former et assister les utilisateurs, qui en redemandent, vous pensez bien !

Néanmoins, avec cette promesse résonne l'idée d'améliorer les capacités des analystes métier grâce à l'intégration de technologies comme l'IA générative dans une plateforme comme Alteryx, qui ressemble à une version crédible et aboutie de ce que le self-service analytics aurait toujours dû être : [Analyse pour tous](#) semble adresser les défis pratiques et organisationnels de manière réaliste, avec un accompagnement (par Keyrus) pour en maximiser les bénéfices.

## Les innovations « révolutionnaires »

21. « **Bio-inspired neural networks** » – Bernard Minet, sors de ce cerveau ! L'idée que des réseaux neuronaux puissent s'inspirer de la biologie semble séduisante, mais dans la pratique, cela revient souvent à recycler des idées déjà explorées dans les années 1980. Bien que ces approches aient parfois des applications intéressantes, elles ne tiennent pas leurs promesses révolutionnaires et sont souvent dépassées par des méthodes plus modernes. Le label « bio », qui évoque une image écolo ou naturelle, ne sert ici qu'à rendre le concept plus attractif (auprès des dupes).

22. « **Explainable AI 3.0** » – La promesse d'une intelligence artificielle capable d'expliquer ses décisions est essentielle pour renforcer la confiance des utilisateurs. Mais « Explainable AI 3.0 » n'est qu'un slogan commercial pour masquer des limites encore importantes : les explications générées sont souvent vagues, imprécises ou même erronées. Cela crée un paradoxe : une IA censée être transparente mais qui ajoute de la confusion, rendant son adoption encore plus difficile.

23. « **Green AI computing** » – Alors que la durabilité est un sujet majeur en 2025, le terme « Green AI Computing » est un exemple frappant de greenwashing technologique. Les entreprises ajoutent un logo vert ou revendiquent une consommation énergétique réduite sans réelle preuve. Dans de nombreux cas, l'impact environnemental reste inchangé, voire augmente avec la montée en puissance des infrastructures nécessaires à l'IA. Pourtant, les enjeux sont réels... Afin de mieux les cerner et mieux les maîtriser, laissez vous guider par [Faire écho à la conception durable](#) et [Génération durIAble](#).

24. « **AI-generated code review** » – Une IA qui fait la revue de code semble être une idée prometteuse, mais en pratique, un esprit chagrin affirmerait que ces outils se limitent souvent à détecter des erreurs superficielles comme des fautes de syntaxe ou des points-virgules manquants. Pour les développeurs expérimentés, ces outils apportent peu de valeur, et pour les débutants, ils ne remplacent pas une compréhension profonde du code. Une innovation intéressante, mais pas la panacée...

25. « **Sentient data platforms** » – Le concept de plateformes de données « sentientes » capables de prendre des décisions seules, semble tout droit sorti d'un film de science-fiction. En réalité, ces solutions se limitent à des automatisations basiques, comme des triggers SQL. Le marketing autour de ce concept dépasse largement ses capacités réelles, laissant les entreprises frustrées face à des promesses irréalistes. Pour autant, le mouvement est en marche, et cela ouvre des perspectives sur un sujet connexe : la conscience artificielle. Et on ne peut pas rigoler avec ce sujet, alors saisissez-en tous les contours en lisant [Chat-Geppetto - Façonner la Conscience Artificielle](#); vous n'allez pas en revenir !

## Une réflexion critique

Ces expressions montrent que dans le domaine de l'IA et de la Data, le jargon peut facilement prendre le pas sur la substance. Derrière des promesses séduisantes se cachent souvent des réalités plus modestes.

Mais si ces *buzzwords* vous font lever un sourcil, sachez que derrière ce jargon se cachent parfois des intentions nobles. L'astuce est de dénicher la perle rare au milieu de ce charabia. Ces termes ne sont pas toujours de simples gadgets commerciaux ; ils traduisent un besoin bien réel de rendre des concepts complexes plus digestes et attrayants.

Pour naviguer dans ce paysage saturé, il est essentiel de garder un œil critique et de poser des questions directes sur les fonctionnalités et les résultats concrets. En tant qu'utilisateur averti, posez des questions précises et cherchez les résultats tangibles derrière ce fatras. Après tout, même si l'IA est impressionnante, elle ne fait pas encore de miracles... du moins, pas sans un bon café !

**Article co-écrit par Keyrus, Chat-GPT<sup>4o</sup>, Mistral, Claude, Copilote, Perplexity et Gemini**

# Vous avez trouvé cette lecture utile ?

Vous souhaitez sûrement lire aussi :

## Innovation

L'ère du low-code / no-code

LeBook *Innovation* explore comment le low-code/no-code révolutionne le développement d'applications, rendant la technologie accessible à tous. Il met en lumière les avantages considérables, tels que l'accélération de la transformation numérique et la réduction des coûts, tout en soulignant l'importance d'une stratégie réfléchie pour surmonter les défis associés. C'est un guide essentiel pour toute organisation aspirant à devenir plus adaptable et compétitive dans le paysage numérique actuel.

Quelles sont les 3 idées principales ?

### 1. Démocratisation du développement d'applications

**d'applications** : le low-code/no-code rend le développement accessible à un public plus large, y compris ceux sans compétences techniques approfondies, facilitant ainsi l'innovation et l'accélération de la transformation numérique.

### 2. Avantages pour les entreprises :

ces technologies offrent des avantages significatifs tels que la réduction des délais et des coûts de développement, améliorant l'agilité et la capacité d'adaptation des entreprises aux évolutions du marché.

**3. Défis et considérations stratégiques** : malgré les avantages, l'adoption du low-code/no-code présente des défis comme la sélection de la bonne plateforme et la gestion des risques de sécurité. Une approche stratégique est essentielle pour maximiser les bénéfices tout en minimisant les risques.



keyrus  
mobile data market

### Innovation

L'ère du low-code/no-code

[www.keyrus.com](http://www.keyrus.com)



SCAN ME



Tech Advisory Board

## Tech Advisory Board TAB

Conçu pour éclairer les orientations technologiques de Keyrus en s'appuyant sur des convictions fortes et des offres de pointe, notre TAB incarne une vision ambitieuse et innovante au service de l'excellence technologique.

### Le TAB, c'est qui ?

Il est aujourd'hui composé de 9 experts, qui couvrent de concert toute la chaîne de valeur de la donnée : de l'architecture à l'ingénierie, l'analyse, la gouvernance, la gestion, jusqu'à la stratégie des données. Et évidemment notre ancrage dans la data science avec nos experts en Intelligence Artificielle.

Les membres du TAB : **Van Tuan Dang, Cao Tri Do, Ikmel Hamdi, Nassim Nalla, Gilles Dansou, Benoit Domas, Jonathan Meklat, Patricio Touchard** et **Ali Hadji**.

### Le TAB, c'est quoi ?

C'est LE board réunissant les leaders Tech de Keyrus France ! Il incarne l'expertise collective de nos Tech Leads en France pour positionner Keyrus comme un acteur de référence en termes de technologie et d'innovation.

### Le TAB, pourquoi ?

- Participer à la co-construction de nos offres innovantes
- Transformer les technologies disruptives en cas d'usage à valeur
- Développer l'excellence de réalisation de nos équipes
- Challenger nos clients dans leurs orientations et choix technologiques

### Le TAB, pour qui ?

Pour nos clients et partenaires dans l'écosystème Keyrus France ! Parce que notre objectif est de toujours vous offrir une expérience technologique unique, le TAB est à vos côtés pour vous aider à naviguer avec succès dans un paysage technologique en constante évolution.





Acteur international du conseil et des technologies, Keyrus a pour mission de donner du sens aux données, en révélant toute leur portée, notamment sous un angle humain.

Parce que ce ne sont pas tant les données elles-mêmes qui importent, mais les opportunités que nous pouvons développer en les apprivoisant vraiment, nous nous efforçons constamment de comprendre les objectifs que nos clients souhaitent atteindre. Nous explorons et mesurons les comportements, nous les comprenons et les traduisons en un résultat concret. Nous donnons un sens aux réalités que les données portent afin d'aider nos clients à prendre des décisions plus efficaces.

Les données, qu'elles soient grandes, petites, humaines, complexes, historiques ou prospectives, n'ont de sens que lorsqu'elles sont utilisées pour développer les expériences, affiner la compréhension du quotidien et prendre les meilleures décisions.

Notre proposition de valeur est fondée sur cinq grands groupes de services, chacun comprenant des offres multiples :

- **Automatisation et intelligence artificielle** : nous fournissons à nos clients les moyens d'améliorer leur productivité et leur précision sur l'ensemble de leurs processus, afin de se concentrer sur le travail à plus forte valeur ajoutée.
- **Expérience numérique centrée sur l'humain** : la relation avec les clients et l'engagement des collaborateurs constituent deux des plus grands contributeurs au succès global des entreprises. Nous aidons les entreprises à imaginer et à créer des expériences numériques multimodales et fluides pour atteindre leurs objectifs.
- **Mise en œuvre des données et des analyses** : les données sont une clé incontestable du succès pour les entreprises. Lorsqu'elles sont utilisées intelligemment, elles ouvrent des opportunités uniques pour faire face aux **Défis** actuels et futurs. Nous permettons aux organisations de déployer tout le potentiel de leurs données : nous mettons la science des données au profit du développement de l'entreprise.
- **Cloud et sécurité** : le Cloud et les plateformes numériques ont le potentiel de révolutionner la façon dont les données sont transformées en valeur, tout en portant l'extensibilité et la flexibilité à un niveau supérieur. Nous sécurisons l'ensemble de vos données et veillons à ce qu'elles soient protégées et confidentielles.
- **Transformation et innovation** : pour prospérer dans l'écosystème actuel, chaque entreprise doit non seulement accélérer sa transformation numérique, mais aussi acquérir des compétences pour stimuler son adaptabilité, sa résilience et sa compétitivité. Nous aidons nos clients à se transformer avec succès pour développer un meilleur futur.

S'appuyant sur l'expérience cumulée de plus de 3 500 collaborateurs et présent dans 27 pays sur 4 continents, Keyrus est l'un des principaux experts internationaux en matière de données, de conseil et de technologie.

Pour en savoir plus : [www.keyrus.fr](http://www.keyrus.fr)

**Jean-Philippe CLAIR**

Directeur Marketing, Communication & Expérience client  
[jean-philippe.clair@keyrus.com](mailto:jean-philippe.clair@keyrus.com)