Gabin Leloup

Note méthodologique - De la route à la data : comment l'IA redéfinit l'expérience automobile

1. Outils utilisés
J'ai principalement utilisé ChatGPT (version GPT-5, gratuite) pour l'exploration d'idées et l'organisation de la structure de l'article, en complément d'une veille sur des sources professionnelles fiables telles que *Les Échos Études*, *L'Argus*, *KPMG France* et *Journal de l'Automobile*.

L'outil m'a servi à clarifier certaines formulations et à affiner le ton rédactionnel, mais la rédaction finale a été entièrement retravaillée par mes soins (vérification des chiffres, reformulation, cohérence stylistique).

2. Exploration, développement d'idées et créativité (≈ 500 caractères)
J'ai d'abord mené une recherche documentaire sur la digitalisation de l'industrie automobile à partir d'articles économiques français. L'IA m'a servi d'appui pour identifier les grands axes (IA, expérience client, modèle économique, données).
J'ai écarté les idées trop techniques (capteurs, hardware) pour privilégier l'angle "expérience utilisateur", plus en phase avec la ligne éditoriale du MBA DMB.
Une partie du contenu anglophone (rapport McKinsey Automotive AI) a été traduite et adaptée par mes soins.

3. Planification et organisation
J'ai utilisé l'IA pour transformer mes recherches en un plan structuré et équilibré, combinant narration, chiffres clés et citations.
Le travail s'est fait en plusieurs séquences de prompts :

1. Brainstorming initial pour faire émerger les angles.
2. Construction du plan détaillé (5 grandes parties + introduction et conclusion).
3. Relecture et affinage du ton pour s'adapter à un format Divi / MBA DMB.

L'IA a servi à clarifier la progression logique (de la transformation du produit à la donnée), mais la sélection finale des sous-titres et chiffres a été faite manuellement à partir de mes propres sources.

4. Rédaction et articulation
L'IA m'a aidé à structurer le discours et à améliorer la lisibilité de certains passages, mais j'ai rédigé la majorité du texte (plus de 70 % je pense) à partir de mes notes et des rapports consultés.
L'objectif était de produire un article informatif, fluide et accessible, à mi-chemin entre vulgarisation et analyse.
J'ai ajouté des citations exactes des médias français.
Les KPIs visés étaient ceux d'un article MBA DMB classique : taux de lecture complet, temps moyen sur page et partages sur LinkedIn.

5. Éthique, sources et réflexion critique
Toutes les sources citées proviennent de médias et cabinets reconnus (*Les Échos Études, KPMG France, CNIL, Journal de l'Automobile*).
J'ai veillé à ne pas reproduire de contenu généré automatiquement, mais à utiliser l'IA comme outil de soutien éditorial (clarification, structuration, relecture).
J'ai également vérifié manuellement chaque chiffre.
Ce travail m'a permis de mieux comprendre les forces et les limites de l'IA en production éditoriale : utile pour accélérer la réflexion, mais insuffisante sans validation humaine et esprit critique.