AGENTS IA

La nouvelle force de frappe des réseaux performants

L'IA générative (LLM) a marqué 2023 et 2024. Mais une nouvelle étape s'ouvre : 2026 sera l'année des agents IA.

Alors qu'une IA générative produit du contenu, un agent IA agit, planifie, déclenche des tâches, croise des données, met à jour un CRM, pilote des campagnes. Quelques exemples ? OpenAI développe des systèmes capables d'orchestrer plusieurs agents en entreprise. HubSpot les intègre déjà dans ses *workflows* marketing. Nous passons ainsi d'une IA conversationnelle à une IA opérationnelle.

Selon Gartner (AI Software Forecast 2025), plus de 40 % des grandes entreprises auront déployé des agents IA dans leurs processus métiers d'ici fin 2026. Et d'après McKinsey (Global AI Survey 2025), les organisations les plus avancées enregistrent jusqu'à 20 % de gains de productivité sur les fonctions marketing et commerciales. La question n'est donc plus technologique. Elle est organisationnelle.



Alexis Caselli, Growth Manager Senior chez EverFruit Digital.

Ce que cela change concrètement pour les réseaux

Dans un réseau de franchise, la complexité est structurelle : multi-local, multi-interlocuteurs, multi-indicateurs.

Un agent IA bien intégré peut :

- Qualifier automatiquement les candidatures selon des critères précis ;
- Prioriser les profils à fort potentiel ;
- Générer des reportings par point de vente ;
- Détecter les écarts de performance ;
- Adapter les séquences de nurturing selon la maturité du candidat.

Il ne remplace pas les équipes développement, il absorbe l'opérationnel répétitif. Résultat ? Moins de traitement manuel, plus de décisions éclairées. L'agent devient un copilote opérationnel.

Le risque stratégique sous-estimé

Automatiser sans cadre peut créer l'effet inverse : perte de contrôle, données mal sécurisées, décisions biaisées. Microsoft alertait récemment sur l'angle mort de la sécurité des IA en entreprise. Un agent mal paramétré peut amplifier une mauvaise segmentation, un mauvais ciblage ou une donnée erronée. L'IA n'est pas une vision. Elle exécute la vision que vous avez définie. Avec un agent, un réseau mal structuré ira plus vite… dans la mauvaise direction.

La franchise reste un modèle profondément humain

La sélection d'un franchisé, l'alignement de valeurs, l'analyse d'un territoire, la décision d'implantation ne seront jamais automatisées. En revanche, la consolidation de données, le *scoring*, le reporting, le suivi, peuvent l'être. Les réseaux qui tireront parti des agents IA ne seront pas ceux qui automatisent le plus. Ce seront ceux qui savent précisément ce qu'ils veulent piloter.

Chez EverFruit, nous constatons un point commun parmi les réseaux les plus performants : ils utilisent l'IA pour structurer et fiabiliser leurs process, pas pour remplacer l'expertise humaine. L'agent IA n'est pas une promesse de croissance en soi. C'est un révélateur de maturité organisationnelle. Alors, votre structure est-elle prête à transformer l'IA en levier d'avantage concurrentiel ? C'est là que se joue la performance durable des réseaux. ◆