

Intelligence artificielle et communication économique : Effet sur l'efficacité, la confiance et la transformation des métiers.

Artificial Intelligence and Economic Communication: Effects on Efficiency, Trust, and the Transformation of Professional Roles.

Auteur 1 : BENDAHOU Omar.

Auteur 2 : FTOUH El Mostafa.

BENDAHOU Omar doctorant à l'Université Sultan Moulay Slimane, Faculté d'Économie et de Gestion Béni Mellal, Maroc.

E-Mail omar.bendahou1@gmail.com

FTOUH El Mostafa, Enseignant chercheur à l'Université Sultan Moulay Slimane ; Faculté d'Économie et de Gestion Béni Mellal, Maroc

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : BENDAHOU .O & FTOUH .E M (2026) « Intelligence artificielle et communication économique : Effet sur l'efficacité, la confiance et la transformation des métiers », African Scientific Journal « Volume 03, Num 38 » pp: 001 – 021.



DOI : 10.5281/zenodo.23063461
Copyright © 2026 – ASJ



Résumé

Cette recherche examine les effets de l'intelligence artificielle sur la communication économique des organisations. Elle s'intéresse à l'efficacité du traitement de l'information, à la confiance des parties prenantes et à l'évolution des métiers de la communication. L'étude repose sur une revue narrative et intégrative de la littérature consacré à l'intelligence artificielle, à la communication organisationnelle et à la gouvernance technologique. Les publications retenues sont analysées selon quatre thèmes : l'efficacité, la fiabilité de l'information, les compétences professionnelles et les mécanismes de contrôle.

Les résultats montrent que l'intelligence artificielle peut accélérer certaines tâches, faciliter l'analyse des données et améliorer l'adaptation des contenus. Toutefois, ces avantages dépendent de la qualité des informations utilisées, de la transparence des pratiques et du maintien d'une supervision humaine. L'analyse indique également que ces outils ne remplacent pas nécessairement les professionnels, mais transforment leurs fonctions en renforçant les activités de vérification, d'interprétation et de coordination.

Cette approche permet de rapprocher les dimensions technologiques, organisationnelles et humaines du phénomène étudié. L'article souligne ainsi que l'efficacité de l'intelligence artificielle doit rester associée à des règles de gouvernance capables de préserver la fiabilité des messages et la confiance des destinataires.

Mots-clés : intelligence artificielle, communication économique, efficacité, confiance, compétences professionnelles, gouvernance.

Abstract

This research examines the effects of artificial intelligence on organizations' economic communication. It focuses on the effectiveness of information processing, stakeholder trust, and changes in communication professions. The study is based on a narrative and integrative review of the literature on artificial intelligence, organizational communication, and technology governance. The selected publications are analyzed according to four themes: efficiency, information reliability, professional competencies, and control mechanisms.

The results show that artificial intelligence can speed up certain tasks, facilitate data analysis, and improve content adaptation. However, its benefits depend on the quality of the information used, the transparency of practices, and the maintenance of human oversight. The analysis also indicates that these tools do not necessarily replace professionals but transform their roles by enhancing verification, interpretation, and coordination activities.

This approach brings together the technological, organizational, and human dimensions of the phenomenon under study. The article thus emphasizes that the effectiveness of artificial intelligence must be accompanied by governance rules capable of preserving the reliability of messages and the trust of recipients.

Keywords : artificial intelligence; economic communication; efficiency; trust; professional skills; governance.

Introduction

Le développement de l'intelligence artificielle, en particulier des outils génératifs, modifie la manière dont les organisations produisent, analysent et diffusent l'information. Ces systèmes peuvent résumer des documents, créer des contenus, traiter de nombreuses données et adapter un message à son destinataire. Leur rôle dépasse donc la simple automatisation puisqu'ils interviennent directement dans la préparation et la formulation de la communication. (Hancock, Haaman et Levy, 2020)

Dans cet article, la communication économique désigne les informations financières, stratégiques et institutionnelles qu'une organisation transmet à ses parties prenantes, notamment les investisseurs, les salariés, les clients, les médias et les autorités publiques. Elle contribue à expliquer les décisions, à réduire les incertitudes et à renforcer la crédibilité de l'organisation. L'intelligence artificielle peut soutenir ce processus en facilitant la préparation des rapports, l'analyse des données financières ou la personnalisation des contenus. Elle améliore également la réactivité face aux demandes des investisseurs (Laskin et D'Agostini ,2024) et favorise une meilleure adaptation des messages aux attentes des publics (Yue et al, 2024a).

Cette recherche porte sur l'intégration de l'intelligence artificielle dans la communication économique. Elle analyse principalement ses effets sur l'efficacité des processus, la confiance des parties prenantes et l'évolution des métiers de la communication.

Ses possibilités ne garantissent cependant pas la qualité de la communication. Le contenu généré peut comporter des erreurs, reproduire des billets ou manquer de transparence. L'utilisation des données sensibles soulève aussi des questions de confidentialité et de responsabilité. Ces risques deviennent importants lorsqu'un message concerne les résultats financiers, une décision stratégique ou un engagement public. Par ailleurs, les destinataires évaluent non seulement l'exactitude de l'information mais aussi son origine et son authenticité. Endacott et Leonardi (2022) montre ainsi que le comportement d'un agent artificiel peut influencer directement la perception de l'organisation qu'il représente.

L'intelligence artificielle transforme également les métiers de la communication. Certaines activités rédactionnelles ou analytiques peuvent être automatisées, tandis que la vérification l'interprétation et la contextualisation prennent davantage d'importance. Raisch et Krakowski (2021) présente cette évolution comme un équilibre entre l'automatisation de certaines tâches et le renforcement des

capacités humaines. Le professionnel conserve ainsi un rôle essentiel dans la validation des messages et la gestion des situations sensibles.

Malgré l'augmentation des recherches sur ce sujet, les effets de l'intelligence artificielle sur l'efficacité, la confiance et les métiers sont souvent étudiés séparément. Les travaux sont également répartis entre la communication interne, les relations publiques, les relations avec les investisseurs et la gouvernance technologique. Cette dispersion rend nécessaire une analyse qui rapproche ces différentes dimensions. La question centrale de l'article est donc la suivante : Comment l'intégration de l'intelligence artificielle dans la communication économique agit-elle sur l'efficacité, la confiance et l'évolution des métiers, et quelles conditions de gouvernance permettent d'en maîtriser les risques ?

L'objectif de la recherche est d'identifier les principaux apports de l'intelligence artificielle, les risques liés à son utilisation et les conditions nécessaires à un usage responsable.

Pour répondre à cette question, l'article adopte une revue narrative et intégrative de la littérature, complétée par une analyse thématique. L'article cherche à identifier les principaux apports de l'intelligence artificielle, les difficultés liées à son utilisation et les conditions nécessaires à un usage responsable.

Après l'introduction, l'article présente le cadre conceptuel et théorique, la méthodologie, les résultats de l'analyse, puis la discussion, les implications managériales, les limites et les perspectives de recherche

1. Cadres conceptuels et théoriques.

L'étude des effets de l'intelligence artificielle sur la communication économique repose sur plusieurs approches complémentaires. L'approche sociotechnique permet d'examiner les relations entre les outils, les professionnels et l'organisation du travail, la théorie du signal aide à comprendre la crédibilité des informations transmises, tandis que la théorie de la richesse des médias éclaire l'adaptation des messages aux différents publics, enfin, la gouvernance permet d'analyser les questions de transparence, de responsabilité et de supervision humaine.

1.1. Intelligence artificielle et communication économique.

L'intelligence artificielle regroupe des systèmes capables de traiter des données, de reconnaître des régularités et de gérer des contenus ou des recommandations. Dans le domaine de la communication, elle comprend notamment les outils d'analyse automatisée, les agents

conversationnels et les applications génératives. Hancock, Naaman et Levy (2020) parlent de communication médiée par l'intelligence artificielle lorsqu'un système intervient dans un échange pour contribuer à un objectif de communication.

La communication économique concerne les messages relatifs aux activités, aux résultats et aux orientations d'une organisation, elle ne se limite pas aux informations financières adressées aux investisseurs, mais comprend également les contenus destinés aux salariés, aux clients, aux partenaires, aux médias et aux autorités publiques. Elle vise à rendre les décisions compréhensibles et à réduire l'incertitude et à maintenir une relation de confiance avec les parties prenantes.

L'intelligence artificielle peut intervenir à différents moments du processus de communication. Elle facilite d'abord la collecte et l'analyse des données puis accompagne la rédaction, la traduction ou la reformulation des messages. Après leur diffusion L'intelligence aide à étudier les réactions du public et a repérée les sujets sensibles. Zerfass, Hagelstein et Tench (2020) montrent toutefois que son adoption dépend des connaissances disponibles et des capacités de l'organisation. De même, Yue et al. (2024a) soulignent que ces outils peuvent améliorer la circulation de l'information, mais qu'ils présentent aussi des risques liés aux billets, aux compétences et à l'authenticité des contenus. L'intégration de l'intelligence artificielle doit donc être comprise comme une évolution du processus de communication et non comme le simple remplacement du professionnel. La technologie prend en charge certaines opérations, tandis que l'être humain conserve les fonctions d'interprétation, de jugement et de validation. Lai et al. (2024) montrent que cette intégration repose sur l'articulation entre les personnes, les processus et les outils. Kelm et Johann (2025) ajoute que son acceptation dépend à la fois de son utilité pour les professionnels et de l'existence d'un cadre organisationnel adapté.

1.2. L'approche sociotechnique.

L'approche sociotechnique considère que le fonctionnement d'une organisation dépend de l'articulation entre un système technique et un système social. Le premier rassemble les outils, les données, les procédures et les infrastructures, tandis que le second comprend les personnes, les compétences, les responsabilités et les relations de travail. Les travaux de Trist et Bamfort (1951) montrent ainsi qu'une technologie ne produit pas seuls ses effets, ces résultats dépendent de la manière dont elle est intégrée aux pratiques de l'organisation.

Cette approche permet de mieux comprendre l'utilisation de l'intelligence artificielle dans la communication économique. L'introduction d'un nouvel outil modifie la répartition des tâches, les méthodes de travail et les compétences attendues. Un système peut par exemple préparer une synthèse financière ou proposer un communiqué, mais le professionnel doit encore vérifier les données, interpréter le contexte et décider si le contenu peut être diffusé. Jarrahi (2018) présente cette relation comme une collaboration entre laquelle la technologie apporte sa capacité de traitement, alors que l'être humain mobilise son expérience et son jugement.

Les bénéfices diminuent lorsque les dimensions techniques et humaines ne sont pas suffisamment coordonnées. Un outil performant peut être mal utilisé en l'absence de formation, de règles précises ou de procédures de validation. Une automatisation excessive risque également de réduire l'autonomie des professionnels et d'affaiblir certaines compétences. Raisch et Krakowski (2021) souligne à ce propos que l'automatisation et le renforcement des capacités humaines doivent être étudiées ensemble.

Dans cet article, l'approche sociotechnique conduit donc à examiner quatre éléments : Les caractéristiques de l'outil, la qualité des données, les compétences des utilisateurs et l'organisation du contrôle humain.

1.3. La théorie du signal est la confiance.

La théorie du signal, développée par Spence (1973), étudie les situations dans lesquelles les acteurs ne disposent pas du même niveau d'information. Une organisation connaît généralement mieux sa situation et ses intentions que ses parties prenantes, elle transmet donc des signaux comme des rapports, les annonces ou des certifications pour réduire ces différences d'information.

Pour être efficace, un signal doit être clair, crédible et cohérent avec les actions de l'organisation. Connelly et al. (2011) distinguent trois éléments : L'émetteur, l'information transmise est le destinataire qui l'interprète. La quantité d'informations ne suffit donc pas à rassurer les parties prenantes, un message imprécis ou contradictoire ou difficile à vérifier peut au contraire renforcer leur incertitude.

L'intelligence artificielle peut améliorer certains signaux économiques en accélérant l'analyse des données et en adaptant leur présentation aux différents publics, par exemple elle peut résumer des résultats ou préparer des réponses destinées aux investisseurs. Toutefois, la crédibilité du message risque de diminuer lorsque son origine reste floue ou lorsque le contenu n'est pas contrôlé. Endacott

et Leonardi (2022) montrent que les destinataires peuvent associer le comportement d'un agent artificiel à l'organisation qu'il représente, ainsi une réponse incorrecte peut affecter directement son image.

Dans cette recherche, la confiance dépend principalement de la fiabilité du contenu, de la transparence de son mode de production et de l'existence d'une responsabilité identifiable. La vérification humaine est considérée alors comme un signe de contrôle et de sérieux. La théorie du signal permet ainsi de comprendre que l'intelligence artificielle peut renforcer la confiance lorsqu'elle améliore la qualité de l'information, mais qu'elle peut aussi l'affaiblir lorsque son utilisation rend la communication plus opaque.

1.4. La théorie de la richesse des médias et l'adaptation des contenus.

La théorie de la richesse des médias, proposée par Daft et Lengel (1986) considère que les moyens de communication ne possèdent pas tous la même capacité à transmettre une information complexe. Un média riche facilite les échanges rapides, la personnalisation et l'interprétation d'un message ambigu mais à l'inverse, un support plus simple convient davantage aux informations régulières, standardisées et facile à comprendre.

Cette approche aide à expliquer la manière dont l'intelligence artificielle adapte les contenus aux différents destinataires. Une même information économique peut être présentée dans un rapport détaillé pour les investisseurs, un tableau de bord pour les responsables ou une synthèse destinée aux salariés. Les notifications ou les réponses automatisées et les résumés périodiques sont particulièrement adaptés aux communications répétitives. Cette adaptation facilite l'accès à l'information et réduit la surcharge provoquée par les contenus trop longs ou trop complexes.

Les messages sensibles nécessitent cependant des échanges plus riches et une présence humaine plus importante par exemple dans le cas d'une restructuration, une crise financière ou un changement stratégique qui ne peuvent pas donc toujours être expliqué par une réponse automatisée. Les destinataires peuvent avoir besoin de poser des questions et d'obtenir des précisions. Par ailleurs, une personnalisation excessive risque de créer des incohérences entre les messages ou d'être perçue comme intrusive lorsqu'elle repose sur des données personnelles. L'efficacité dépend donc de l'équilibre entre le contenu, le public et le canal choisi, les informations simples peuvent être automatisées, tandis que les situations complexes demandent davantage d'interactions et de jugements humains.

1.5. La gouvernance et la responsabilité.

La gouvernance de l'intelligence artificielle rassemble les principes, les règles et les responsabilités qui encadrent son utilisation dans une organisation. Dans la communication économique, elle vise à protéger la qualité des informations, la réputation de l'organisation et la confiance des parties prenantes.

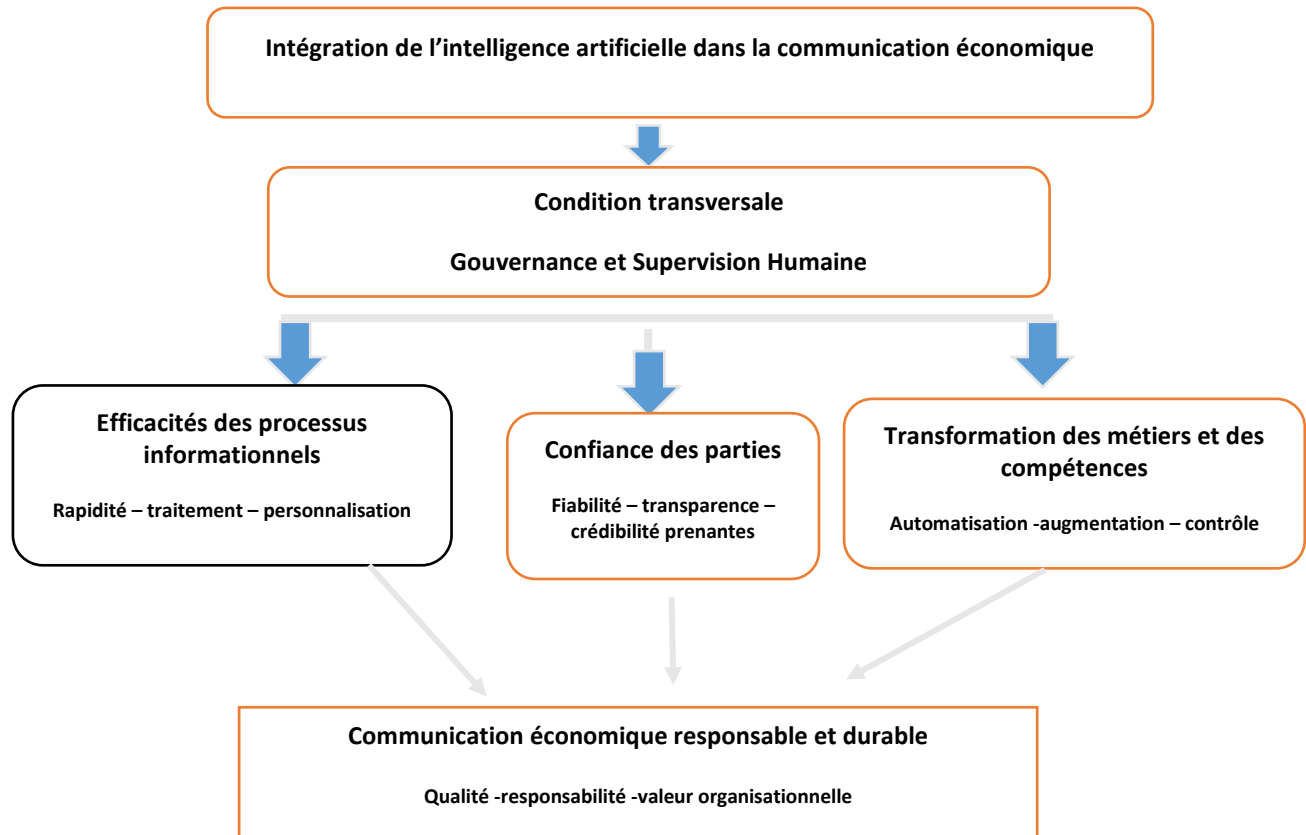
Plusieurs référentiels internationaux précisent les conditions d'un usage responsable en l'occurrence les principes de l'OCDE mettre l'accent sur les droits humains, la transparence, la sécurité et la responsabilité (OCDE,2024). Le cadre AI RMF 1.0 du NIST Organise la gestion des risques autour de quatre fonctions : Gouverner, cartographié, mesurer et gérer (NIST,2023). De son côté, la norme ISO/IEC 42001 : 2003 aides les organisations à mettre en place et à améliorer un système de management de l'intelligence artificielle (ISO023)

Le niveau de contrôle doit être adapté à la nature du message, une simple reformulation interne ne présente pas les mêmes risques qu'une Informations financières, une annonce stratégique ou une communication de crise. Pour les contenus sensibles, La supervision humaine doit permettre de vérifier les données, d'interpréter le contexte et d'autoriser la diffusion. Les responsabilités doivent également être définies pour identifier clairement la personne chargée de valider le message.

La gouvernance occupe ainsi une place transversale dans le cadre théorique, elle organise la complémentarité entre les outils et les professionnels, limite les effets d'une automatisation mal contrôlée et protège la crédibilité de l'information. La gouvernance constitue une condition nécessaire pour transformer les capacités techniques de l'intelligence artificielle en amélioration durable de la communication.

À partir des approches présentées, le modèle conceptuel distingue trois effets principaux de l'intelligence artificielle : L'amélioration de l'efficacité des processus informationnels, l'évolution de la confiance des parties prenantes et la transformation des métiers de la communication. Ces effets dépendent toutefois des règles de gouvernance et du niveau de supervision humaine mis en place par l'organisation.

Figure N°1 : présente les relations entre l'intégration de l'intelligence artificielle ; l'efficacité ; la confiance ; la transformation des métiers et la gouvernance



Source : Élaboration de l'auteur à partir de la littérature analysée

Ce modèle constitue une synthèse de la littérature et ne représente pas les relations Causal, déjà testé, il montre que la gouvernance joue un rôle transversal en encadrant les effets de l'intelligence artificielle sur l'efficacité, la confiance et les compétences professionnelles. Elle contribue Ainsi à orienter ses outils vers une communication économique plus responsable.

2. Méthodologie

2.1. Choix de la méthodologie de recherche.

Cette recherche repose sur une revue narrative et intégrative de la littérature. Cette méthode permet de rapprocher les travaux théoriques et empiriques issus de plusieurs domaines pour proposer une compréhension globale du sujet, elle ne vise ni une comparaison statistique ni un recensement exhaustif de toutes les publications disponibles.

Ce choix s'explique par le caractère multidimensionnel de l'intelligence artificielle dans la communication économique. Les études examinées relèvent notamment de la communication organisationnelle des relations publiques, des relations avec les investisseurs, des systèmes d'information et de la gouvernance technologique, leur mise en relation permet d'étudier conjointement l'efficacité, la confiance, l'évolution des métiers et les mécanismes de contrôle.

La démarche suit les recommandations de Snyder (2019) qui souligne l'importance d'expliquer la recherche, la sélection et l'analyse des publications. Les travaux retenus ont ainsi été examinés selon quatre axes : L'efficacité de la communication, la fiabilité de l'information et la confiance, la transformation des compétences professionnelles ainsi que la gouvernance et la supervision humaine. Cette orientation permet de dépasser une simple description des outils pour analyser les conditions de leur utilisation responsable.

2.2. Recherche et sélection de la littérature.

La recherche documentaire a porté sur les publications consacrées à l'intelligence artificielle et à la communication des organisations. Les travaux ont été repérés à l'aide de Google Scholar, de Crossref et des plateformes d'éditeurs scientifiques, la période entre 2019 et 2025 a été privilégiée pour prendre en compte les développements récents des outils génératifs. Les recherches ont combiné plusieurs termes en français et en anglais notamment Intelligence artificielle, communication économique, communication organisationnelle, confiance, gouvernances et compétences professionnelles.

Les publications retenues devraient traiter directement de l'efficacité, de la confiance, de la transformation des métiers ou de la gouvernance. Les études exclusivement techniques qui n'ont pas un rapport avec les organisations ou les pratiques de communication ont été écartées. Des références plus anciennes ont toutefois été conservées lorsqu'elles apportaient des fondements théoriques nécessaires. Les articles scientifiques constituent la principale source de l'analyse, complétée par les documents de l'OCDE, du NIST, et de L'ISO sur la gestion responsable de l'intelligence artificielle.

2.3. Méthode d'analyse de la littérature.

Les publications sélectionnées ont fait l'objet d'une lecture comparative, pour chaque travail l'analyse a porté sur l'objectif de la recherche, l'approche adoptée et les principaux résultats. Une

attention particulière a également été accordée aux avantages de l'intelligence artificielle, aux risques signalés et aux changements observés dans les pratiques professionnelles.

Les informations recueillies ont ensuite été classées selon quatre thèmes : L'efficacité de la communication, la fiabilité de l'information et la confiance, l'évolution des métiers et des compétences ainsi que la gouvernance et la supervision humaine. Ce classement a facilité le rapprochement de recherches provenant des domaines différents.

L'analyse ne repose pas sur des calculs statistiques mais elle vise à faire apparaître des idées récurrentes, les différences entre les publications et les limites des travaux existants. L'analyse permet également d'étudier les liens entre les gains d'efficacité, la qualité de l'information, les compétences humaines et les mécanismes de contrôle.

Tableau N°1 : Synthèse de la démarche méthodologique.

Éléments	Choix retenus
Type de recherche.	Revue narrative et intégrative de la littérature.
Outils de recherche.	Google Scholar, Crossref et Plateforme d'éditeur.
Période privilégiée.	2019-2025, avec quelques références théoriques plus anciennes.
Sources principales.	Articles scientifiques et documents institutionnels.
Critères de sélection.	Lien direct avec l'une des dimensions étudiées.
Méthode d'analyse.	Lecture comparative et classement thématique.
Thèmes retenus.	Efficacité, confiance, métiers et gouvernance.

Source : élaboration de l'auteur.

3. Résultat de l'analyse thématique.

L'analyse de la littérature fait ressortir quatre résultats principaux. Le premier concerne les gains d'efficacité liés à l'automatisation et au traitement rapide de l'information, la deuxième porte sur la fiabilité des contenus et la confiance des destinataires, Le troisième met en évidence l'évolution des métiers et les compétences, tandis que le dernier souligne le rôle de la gouvernance et de la supervision humaine. Ses dimensions restent liées car la rapidité perd son intérêt lorsque la qualité ou la crédibilité du message n'est pas assurée.

3.1. Amélioration de l'efficacité de la communication.

L'efficacité constitue l'un des avantages les plus souvent associés à l'intelligence artificielle. Ces outils peuvent traiter rapidement de nombreuses informations, résumées des documents, classés des messages et préparer une première version d'un contenu, ainsi il libère du temps pour les activités qui exigent davantage d'analyses et de réflexions. Yue et al. (2024 a) Montre également que cette technologie facilite la circulation de l'information, l'écoute des publics et l'adaptation des messages à leurs besoins.

Le système intelligent rend aussi la communication plus réactive, il aide à suivre les réactions des destinataires, à repérer une incompréhension et à préparer rapidement une réponse. Dans les relations avec les investisseurs, ils facilitent l'analyse des données financières et le traitement des demandes d'information (Laskin et D'Agostino, 2024). Dans les relations publiques, il soutient la création de contenus et l'amélioration des stratégies de communication (Yue et al., 2024b).

Toutefois, la rapidité ne garantit pas toujours l'efficacité, un message diffusé rapidement mais contenant une erreur peut entraîner des corrections et affaiblir la crédibilité de l'organisation. Zeffass, Hagelstein et Tench (2020) soulignent également que le manque de compétences et l'imprécision des responsabilités limitent les résultats attendus. L'intelligence artificielle paraît donc surtout utile pour les tâches répétitives et préparatoires, tandis que les messages complexes ou sensibles nécessitent une vérification humaine.

3.2. Fiabilité de l'information et confiance des parties prenantes.

La fiabilité et la confiance représentent deux dimensions proches mais différentes. La première concerne l'exactitude, la cohérence et la possibilité de vérifier une information pour la seconde, elle dépend de la perception que les dessinateurs ont de l'organisation, de ses intentions et de son honnêteté.

L'intelligence artificielle peut renforcer la fiabilité en comparant les données, en repérant certaines incohérences et en facilitant l'examen de documents volumineux. Ces bénéfices restent toutefois liés à la qualité des informations fournies au système, un texte fluide et convaincant peut contenir une donnée inexacte, ancienne ou mal interprétée.

Le manque de transparence risque également de fragiliser la confiance, lorsqu'un dessinateur ignore comment le message a été produit, il peut douter de son authenticité ou de la responsabilité de son auteur. Hancock, Naaman et Levy (2020) soulignent que la communication assistée par l'intelligence artificielle soulève des questions liées à l'identité de l'émetteur et aux possibilités de manipulation. Endacott et Leonardi (2022) ajoute qu'une réponse produite par un agent artificiel peut influencer directement l'image de l'organisation qu'il représente.

La transparence ne demande pas de présenter tous les détails techniques de l'outil, en effet l'organisation doit surtout expliquer son rôle lorsqu'il peut modifier l'interprétation du message et prévoir une vérification humaine pour les contenus sensibles. Liu (2021) Montre qu'une meilleure compréhension du système peut réduire l'incertitude, tandis que Sundar (2020) insiste sur l'équilibre entre l'intervention humaine et l'action de la technologie. La confiance dépend donc principalement de la manière dont l'organisation contrôle et explique l'utilisation de l'intelligence artificielle.

3.3. Transformation des métiers et des compétences.

Les recherches examinées présentent surtout l'intelligence artificielle comme un facteur de transformation des métiers, c'est-à-dire que les tâches répétitif et standardisé sont les plus successifs d'être automatisés, il peut s'agir notamment du résumé du document, de la traduction, du classement des messages ou de la préparation d'une première version. Cette automatisation permet aux professionnels de consacrer davantage de temps à la stratégie, à la compréhension des publics et à la gestion des situations sensibles. Jarrahi (2018) considère que la collaboration entre l'être humain et la technologie associe deux capacités complémentaires : La rapidité de traitement du système et le jugement du professionnel.

Les compétences professionnelles évoluent avec l'utilisation croissante de l'intelligence artificielle. La maîtrise de l'écriture reste essentielle ; mais elle doit être complétée par la capacité à formuler des instructions précises, à vérifier les sources et à adapter les contenus au contexte. Les utilisateurs doivent également repérer les informations incorrectes et protéger les données

confidentielles. Zerfass, Hagelstein et Tench (2020) montrent que le manque de compétences constitue un obstacle important à l'adoption de ces outils

Cette évolution peut toutefois provoquer des inquiétudes concernant l'emploi, la perte d'authenticité et la dépendance à la technologie (Yue et al., 2024b). L'acceptation devient plus probable lorsque l'intelligence artificielle est présentée comme un moyen d'assistance et que les employés participent à la définition de ces usages. Kelm et Johann (2025) soulignent ainsi l'importance d'une stratégie et d'une formation adaptée, en effet cet accompagnement doit aussi intégrer les questions d'éthique et de responsabilité professionnelle (Duckett et Westrick, 2025)

La transformation des métiers ne concerne donc pas uniquement les compétences techniques mais elle renforce également la valeur de l'esprit critique, de la créativité, de l'interprétation et de la responsabilité. Raisch et Krakowski (2021) montrent que l'automatisation de certaines opérations peut aller de pair avec le développement des capacités humaines, le professionnel devient alors moins centré sur la production de chaque message et davantage responsable de la qualité générale du processus de communication.

3.4. Gouvernance et supervision humaine.

La gouvernance influence l'ensemble des effets liés à l'intelligence artificielle. Les gains de rapidité restent fragiles lorsque les responsabilités sont imprécises ou que les contenus sont diffusés sans vérification, le niveau de contrôle doit donc dépendre du risque associé au message. Les tâches simples et internes peuvent faire l'objet d'une validation limitée, tandis que les informations financières, les annonces stratégiques et les communications de crise exigent un examen humain plus approfondi.

Un usage responsable demande également de protéger les données et d'assurer la traçabilité du processus. L'organisation doit pouvoir identifier les sources utilisées, les principales modifications apportées et les personnes qui autorisent la diffusion. Ces règles doivent être accompagnées d'une formation permettant aux professionnels de comprendre les limites des outils et d'examiner leurs résultats avec recul. La gouvernance ne repose donc pas uniquement sur les procédures écrites, mais aussi sur les compétences des utilisateurs et sur une répartition claire des responsabilités.

Tableau N°2 : Synthèse des principaux résultats de la littérature.

Dimension	Principaux apports.	Risques identifiés.	Conditions nécessaires
Efficacité	Rapidité, automatisation et Adaptation des contenus.	Erreur et production excessive	Données fiables et vérifications.
Confiance	Informations plus claires et accessibles.	Opacité et perte d'authenticité.	Transparence et responsabilité identifiable.
Métiers	Réduction des tâches répétitives et soutien à l'analyse.	Dépendance et affaiblissement de certaines compétences.	Formation et complémentarité humaine-IA
Gouvernance.	Utilisation plus cohérente et maîtrisée.	Protection insuffisante des données et responsabilité imprécises.	Règles internes, traçabilité et contrôle adapter aux risques.

Source : élaboration de l'auteur à partir de la littérature analysée.

Dans l'ensemble, Les résultats montrent que les effets de l'intelligence artificielle dépendent moins de la technologie elle-même que de la manière dont elle est intégrée, expliquée et contrôlée par l'organisation.

4. Discussion et implication.

4.1. Interprétation des résultats.

Les résultats montrent que l'intelligence artificielle ne transforme pas la communication économique de manière uniforme. Ses effets dépendent des tâches concernées, des compétences disponibles et des règles adoptées par l'organisation. Son efficacité ne peut donc pas être évaluée uniquement à partir du temps économisé ou du nombre de contenus produits, La qualité de l'information, la confiance des destinataires et les conséquences sur le travail doivent aussi être prises en compte.

L'approche sociotechnique permet d'expliquer cette situation (Trist et Bamforth,1951). Les résultats d'un outil ne reposent pas seulement sur ses capacités techniques, mais également sur la qualité des données, l'organisation du travail et les connaissances des utilisateurs. Une solution

performante peut ainsi produire peu de valeur lorsqu'elle est introduite sans formation ni procédure de contrôle.

L'analyse fait également apparaître une tension entre la rapidité et la confiance, selon la théorie du signal, un contenu diffusé représente toujours l'organisation qui en assure la responsabilité (Spence, 1973, Connelly et al., 2011) une information produite rapidement peut donc affaiblir la crédibilité lorsqu'elle n'est pas vérifiée. La transparence doit aussi rester compréhensible : Il ne suffit pas d'indiquer qu'un outil a été utilisé, il faut préciser son rôle et confirmer que le contenu a été validé. La théorie de la richesse des médias complète cette lecture (Daft et Lengel, 1986) L'automatisation convient surtout aux informations simples et régulières, cependant les annonces stratégiques, les situations de crise et les messages sensibles nécessitent davantage d'interactions humaines. Les résultats montrent également que les technologies transforment davantage les tâches qu'elles ne suppriment immédiatement les métiers, conformément au paradoxe entre automatisation et renforcement des capacités humaines présenté par Raisch et Krakowski (2021).

La principale contribution de cette analyse constitue à présenter la gouvernance comme une condition transversale, cette dernière détermine si les gains de rapidité améliorent réellement la communication, si l'utilisation de l'intelligence artificielle renforce la confiance et si l'évolution des métiers développe les compétences ou crée une dépendance. Les choix organisationnels restent donc essentiels pour orienter les effets de ces outils.

4.2. Applications managériales.

Les organisations devraient adopter l'intelligence artificielle de manière progressive et sélective. Avant de choisir un outil, ils doivent repérer les tâches pour lesquelles l'automatisation apporte une valeur réelle en l'occurrence, Le résumé du document, le classement de l'information ou la préparation d'une première version peuvent être assistés plus facilement. En revanche, les messages financiers stratégiques ou sensibles doivent conserver une intervention humaine importante.

Une répartition claire des responsabilités est également nécessaire. L'organisation doit préciser qui utilise le système, qui vérifie les informations et qui autorise leur diffusion. Une charte interne peut définir les usages permis, les données confidentiels à protéger et les situations nécessitant une validation renforcée. Ces règles doivent rester simples afin d'être comprises et appliquées au quotidien.

La formation représente enfin une priorité absolue dans la compréhension générale de l'outil et de ses limites. Les professionnels doivent apprendre à formuler des demandes précises, à examiner les sources, à repérer les erreurs et à protéger les informations sensibles. L'évaluation des outils ne doit pas se limiter au temps gagné ou au volume produit mais elle doit aussi considérer la qualité des messages, les corrections nécessaires, la satisfaction des destinataires et l'évolution des compétences.

5. Limites et perspectives de la recherche.

5.1. Limite de la recherche.

Cette recherche repose sur un revenu narratif et intégratif de la littérature, et non sur une conquête menée directement auprès des organisations. Elle permet de rapprocher plusieurs travaux et de dégager les tendances, mais elle ne mesure pas l'ampleur réelle des effets de l'intelligence artificielle sur l'efficacité ou la confiance, en réalité La sélection des publications ne peut pas non plus être considéré comme exhaustive.

Les études analysées proviennent de domaines variés, notamment la communication interne, les relations publiques et les relations avec les investisseurs, cette diversité enrichit la réflexion, mais elle limite la généralisation des résultats. Les usages et les risques peuvent en effet différer selon le secteur, la taille de l'organisation et la nature des informations diffusées.

Enfin, les technologies et les pratiques professionnelles évoluent rapide mande. Les conclusions de cette recherche correspondent donc à l'état de la littérature disponible jusqu'en 2025 et peuvent évoluer .de plus, plusieurs études analysent surtout les perceptions des professionnels, sans mesurer les effets à long terme. Il reste ainsi difficile de savoir si le gain de temps sont durables et sil améliorent réellement la qualité de communication

5.2. Perspective de recherche.

Les recherches futures pourraient compléter cette revue par les études empiriques menées auprès des responsables de communication, des salariés, des investisseurs et d'autres parties prenantes. Les enquêtes quantitatives permettraient de mesurer les relations entre l'utilisation de l'intelligence artificielle, la rapidité du traitement, la capacité perçue des messages et la confiance. Des entretiens ou des observations aideraient également à comprendre comment les professionnels utilisent les outils, vérifient les résultats et répartissent les responsabilités dans leur activité quotidienne.

D'autres travaux pourraient comparer différents niveaux de supervision humaine pour déterminer les situations qui exigent une validation approfondie. Il serait également utile d'étudier l'effet de la déclaration de l'utilisation de l'intelligence artificielle sur la crédibilité du message. Enfin, les recherches menées sur une période plus longue permettraient d'observer l'évolution des métiers et de vérifier si ces technologies renforcent les capacités professionnelles ou entraînent progressivement une perte d'autonomie et de compétence.

Conclusion

Cette recherche a examiné les effets de l'intelligence artificielle sur l'efficacité de la communication économique, la confiance des parties prenantes et la transformation des métiers. La revue de littérature montre que ces outils facilitent le traitement de l'information, la préparation des contenus et l'adaptation des messages. Ces avantages restent toutefois limités lorsque les données sont peu fiables, que le fonctionnement manque de transparence ou que les résultats sont diffusés sans vérification.

L'intelligence artificielle transforme principalement la répartition des tâches. Les opérations répétitives peuvent être automatisées, tandis que la vérification, l'interprétation et la coordination prennent davantage d'importance. Cette évolution demande des compétences techniques, mais elle renforce aussi le rôle de l'esprit critique, du jugement et de la responsabilité professionnelle.

La principale conclusion concerne le rôle transversal de la gouvernance. Des responsabilités précises, une supervision adaptée au niveau du risque, une protection suffisante des données et une formation régulière permet de mieux maîtriser les effets de la technologie. L'objectif ne consiste donc pas à automatiser toute la communication, mais à organiser une complémentarité entre les capacités des outils et l'expertise humaine. De futures études empiriques pourront mesurer ces relations dans différents contextes organisationnels.

BIBLIOGRAPHIE

- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. 2011. Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1): 39–67.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. 1986. Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5): 554–571.
- Duckett, J., & Westrick, N. M. 2025. Exploring the use, adoption, and ethics of generative artificial intelligence in the public relations and communication professions. *Communication Teacher*, 39(1): 33–41.
- Endacott, C. G., & Leonardi, P. M. 2022. Artificial intelligence and impression management: Consequences of autonomous conversational agents communicating on one's behalf. *Human Communication Research*, 48(3): 462–490.
- Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. 2020. AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1): 89–100.
- Iaia, L., Nespoli, C., Vicentini, F., Pironti, M., & Genovino, C. 2024. Supporting the implementation of AI in business communication: The role of knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 28(1): 85–95.
- International Organization for Standardization. 2023. *ISO/IEC 42001:2023—Information technology—Artificial intelligence—Management system*. Geneva: ISO.
- Jarrahi, M. H. 2018. Artificial intelligence and the future of work: Human–AI symbiosis in organizational decision making. *Business Horizons*, 61(4): 577–586.
- Kelm, K., & Johann, M. 2025. Artificial intelligence in corporate communications: Determinants of acceptance and transformative processes. *Corporate Communications: An International Journal*, 30(1): 124–138.
- Laskin, A. V., & D'Agostino, G. 2024. The Delphi Panel investigation of artificial intelligence in investor relations. *Public Relations Review*, 50(4): 102489.
- Liu, B. 2021. In AI we trust? Effects of agency locus and transparency on uncertainty reduction in human–AI interaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(6): 384–402.
- National Institute of Standards and Technology. 2023. *Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF 1.0)*. NIST AI 100-1. Gaithersburg, MD: NIST.

- Organisation for Economic Co-operation and Development. 2024. *Recommendation of the Council on Artificial Intelligence*. OECD/LEGAL/0449. Paris: OECD.
- Raisch, S., & Krakowski, S. 2021. Artificial intelligence and management: The automation–augmentation paradox. *Academy of Management Review*, 46(1): 192–210.
- Snyder, H. 2019. Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104: 333–339.
- Spence, M. 1973. Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3): 355–374.
- Sundar, S. S. 2020. Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction (HAI). *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1): 74–88.
- Trist, E. L., & Bamforth, K. W. 1951. Some social and psychological consequences of the longwall method of coal-getting. *Human Relations*, 4(1): 3–38.
- Yue, C. A., Men, L. R., Mitson, R., Davis, D. Z., & Zhou, A. 2024a. Artificial intelligence for internal communication: Strategies, challenges, and implications. *Public Relations Review*, 50(5): 102515.
- Yue, C. A., Men, L. R., Davis, D. Z., Mitson, R., Zhou, A., & Al Rawi, A. 2024b. Public relations meets artificial intelligence: Assessing utilization and outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 36(6): 513–534.
- Zerfass, A., Hagelstein, J., & Tench, R. 2020. Artificial intelligence in communication management: A cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges and risks. *Journal of Communication Management*, 24(4): 377–3