



Téléchargé depuis le site :
www.service-sens.com/blog

Le conseil qui accompagne la transformation
servicielle & digitale des entreprises
[IA & Service Client, IA & Modèle économique]

IA EN ENTREPRISE:

Etat des lieux et leviers d'accélération

24 mars 2026

SOMMAIRE

Méthodologie..... p. 3

Partie 1 - Etat des lieux sur la perception de l'IA en France.....p. 4

- 1 - Malgré une utilisation en hausse, une familiarité encore très relative des Français par rapport à l'IA
- 2 - Une perception ambivalente de l'IA, perçue comme une opportunité économique, mais une menace sociétale
- 3 - Les cadres dirigeants d'entreprises perçoivent plus clairement que les salariés le potentiel de l'IA

Partie 2 - Les usages professionnels de l'IA en France.....p. 28

- 1 - Un usage professionnel de l'IA qui reste encore émergent par rapport à son utilisation au niveau personnel
- 2 - Des usages encore basiques de l'IA, liés aux difficultés des salariés pour identifier des utilisations pertinentes
- 3 - Chez les dirigeants de TPE et les auto-entrepreneurs, une utilisation plus approfondie des possibilités de l'IA

Partie 3 - Les attentes en matière de formations à l'IA.....p. 48

- 1 - Des formations à l'IA encore rares, avec pour corollaire un apprentissage personnel et la montée du « Shadow IA »
- 2 - Pour les salariés, un besoin de formations concrètes, appuyées sur des acteurs identifiés
- 3 - Les formations amplifient à la fois la fréquence d'usage de l'IA et l'employabilité des salariés

Principaux enseignements.....p. 64

UNE MÉTHODOLOGIE COMBINANT QUATRE ÉTUDES INÉDITES

1



Perception de l'IA

Par les citoyens
dans 30 pays

(enquête quantitative)

- Enquête réalisée par Ipsos bva
- Terrain réalisé en ligne ou en face-à-face, du 21 mars au 4 avril 2025.
- Echantillon représentatif de 23 216 adultes de 30 pays européens, dont 1 000 en France.
- Quotas et redressement sur la base du genre, de l'âge, de la catégorie socio-professionnelle et de la région d'habitation

2



Panorama des usages

Parmi les actifs

(enquête quantitative)

- Enquête réalisée par Ipsos UK.
- Terrain réalisé en ligne, du 6 au 17 novembre 2025.
- Echantillon représentatif de 2 041 actifs français (salariés et indépendants, secteurs public et privé).
- Quotas et redressement sur la base de l'âge, du genre, de la région et de la taille de l'entreprise.

3



L'utilisation de l'IA dans le monde professionnel

Point de vue des cadres

(enquête quantitative)

- Enquête réalisée par Public First.
- Terrain réalisé en ligne, du 5 au 17 décembre 2025.
- Echantillon représentatif de 2 348 cadres dirigeants d'entreprises de 15 pays européens, dont 283 en France.
- Quotas et redressement sur la base du pays, du secteur d'activité et de la taille de l'entreprise.

4



Zoom sur l'entrepreneuriat et l'adoption de l'IA

Auto-entrepreneurs et dirigeants de TPE

(enquête qualitative)

- Enquête réalisée par Ipsos bva.
- Entretiens individuels semi-directifs réalisés en visio-conférence, en novembre 2025.
- Segmentation des profils selon la situation (auto- ou micro-entrepreneurs), le secteur d'activité, la région et le niveau d'utilisation de l'IA.

PARTIE 1

ETAT DES LIEUX SUR LA PERCEPTION DE L'IA EN FRANCE

1 Malgré une utilisation en hausse, une familiarité encore très relative des Français par rapport à l'IA

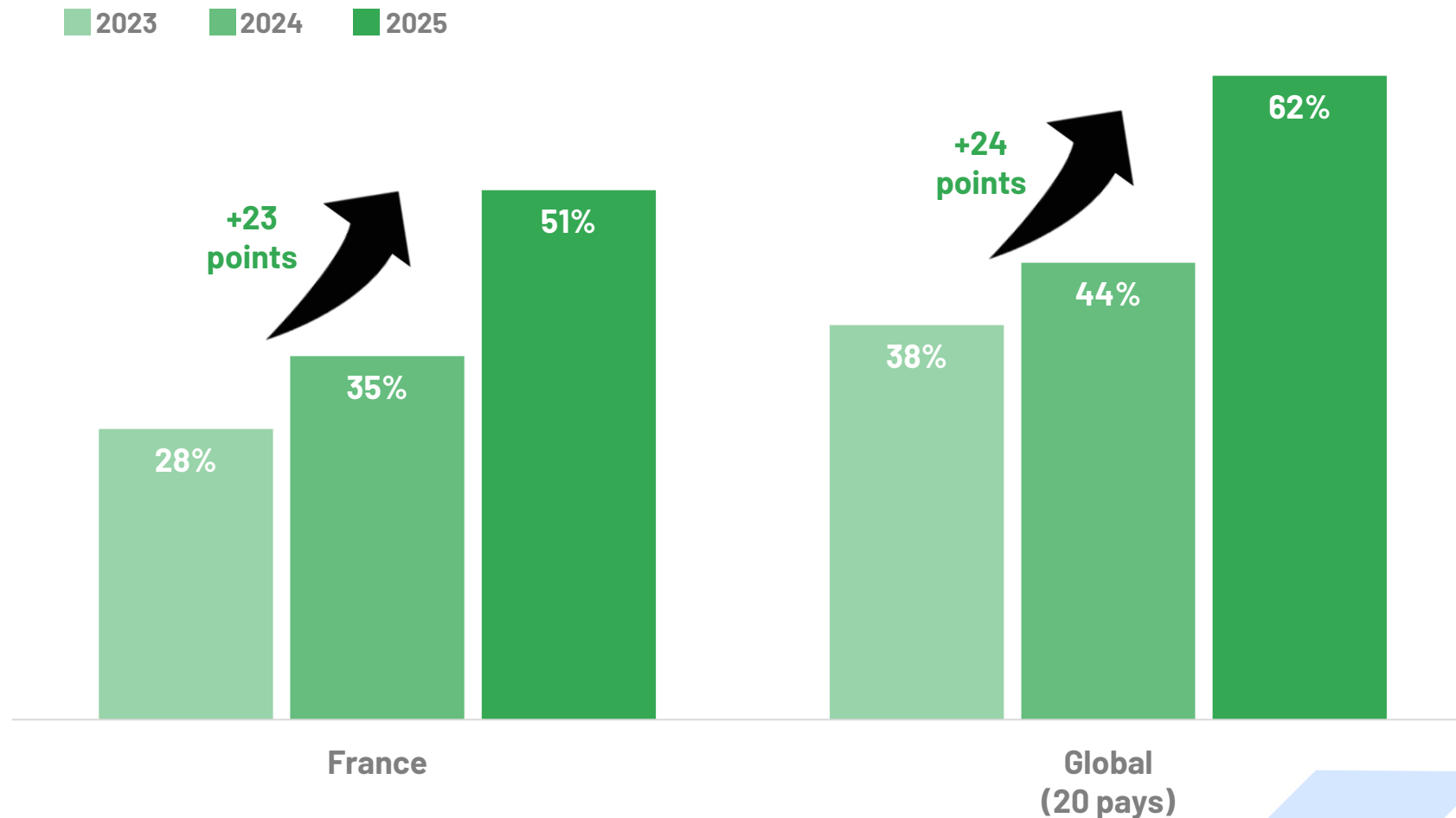


« Oui, moi je vois à peu près ce que c'est et je m'en sers un peu,
mais je suis très très loin d'être un expert ! »

L’IA A BÉNÉFICIÉ D’UNE TRÈS FORTE DIFFUSION EN FRANCE AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES

Plus d’un adulte sur deux a utilisé une application d’IA en France au cours de l’année 2025, soit une augmentation très marquée en deux ans : +23 points. Cette diffusion rapide des outils d’IA reflète la tendance mondiale : +24 points entre 2023 et 2025.

L’utilisation par les Français est plus élevée que celle mesurée aux Etats-Unis (40%), au Japon (42%) ou en Allemagne (47%), mais un peu inférieure au Royaume-Uni (56%), à l’Italie (59%) ou à l’Espagne (64%). En revanche, les populations connectées des pays du « Sud global » ont une utilisation plus forte : 66% au Mexique, 70% en Afrique du sud, 74% au Brésil, 83% en Inde ou encore 84% au Nigéria.



Question : « Au cours des douze derniers mois, avez-vous utilisé des outils d’IA générative tels que ChatGPT, Gemini ou Claude, ou avez-vous utilisé l’IA pour générer des images, des vidéos ou des fichiers audio ? » (une seule réponse)

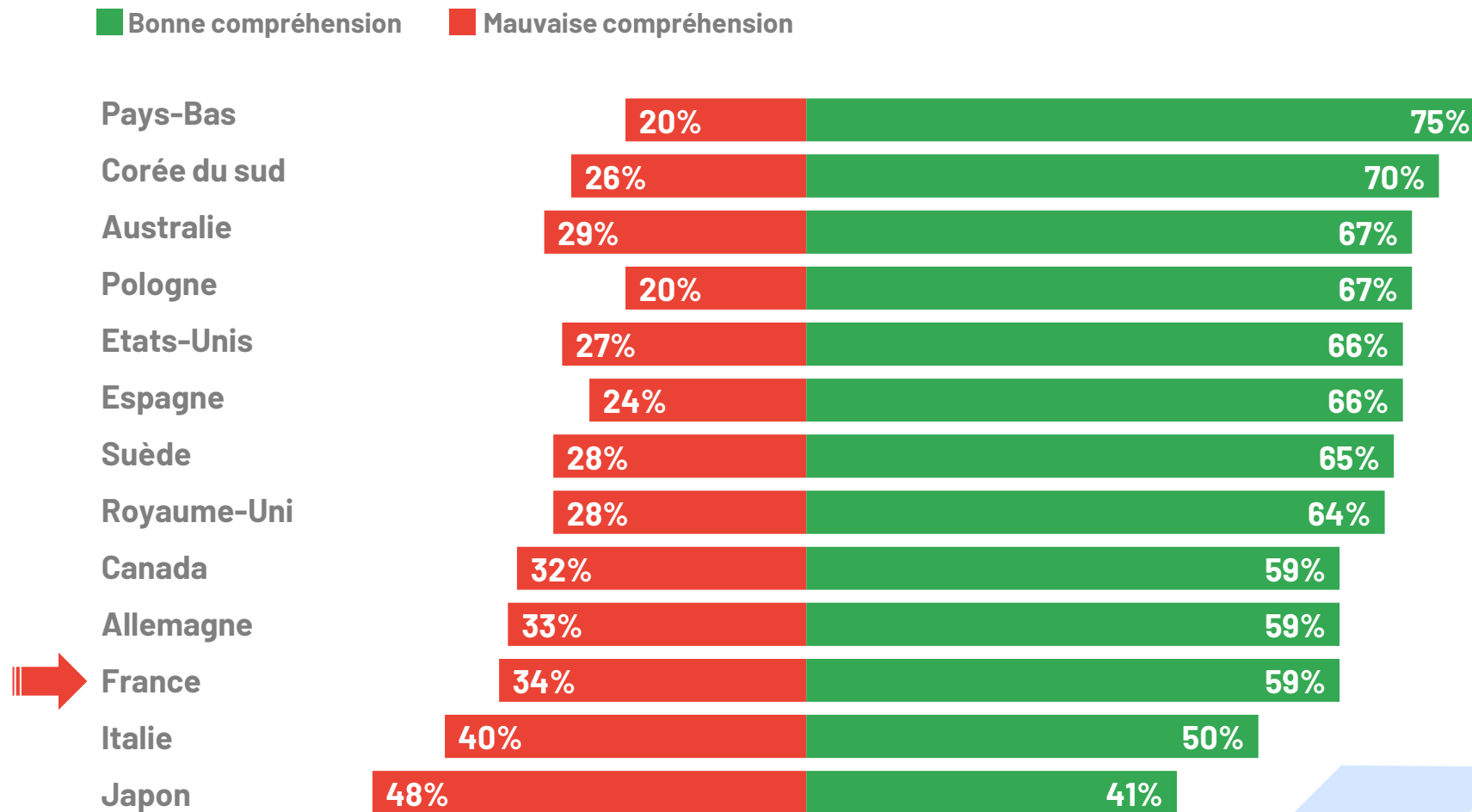
Source : « Our Life With AI », Ipsos pour Google, 2023-2025

Base : Population adulte (Allemagne, Australie, Belgique, Corée du sud, Espagne, Etats-Unis, France, Irlande, Italie, Japon, Pologne, Royaume-Uni, Singapour) / Population adulte connectée (Afrique du sud, Argentine, Brésil, Emirats Arabes Unis, Inde, Mexique, Nigéria)

POUR AUTANT, LES FRANÇAIS AFFICHENT UNE COMPRÉHENSION DE L'IA RELATIVEMENT LIMITÉE PAR RAPPORT À D'AUTRES PAYS

Cette diffusion large et rapide de l'IA n'est toutefois pas forcément un synonyme de bonne compréhension des outils : seuls 59% des Français disent bien comprendre ce qu'est l'IA, ce qui les situe dans le bas du classement, loin derrière les Néerlandais (75%) ou les Sud-Coréens (70%).

Ce décalage tient en partie à des différences de culture numérique et d'usages quotidiens de la technologie. Aux Pays-Bas ou en Corée du Sud, les outils numériques sont très présents dans la vie courante et dans l'éducation, favorisant une familiarité précoce. À l'inverse, en France, l'IA est davantage abordée sous l'angle de la régulation que des usages concrets.



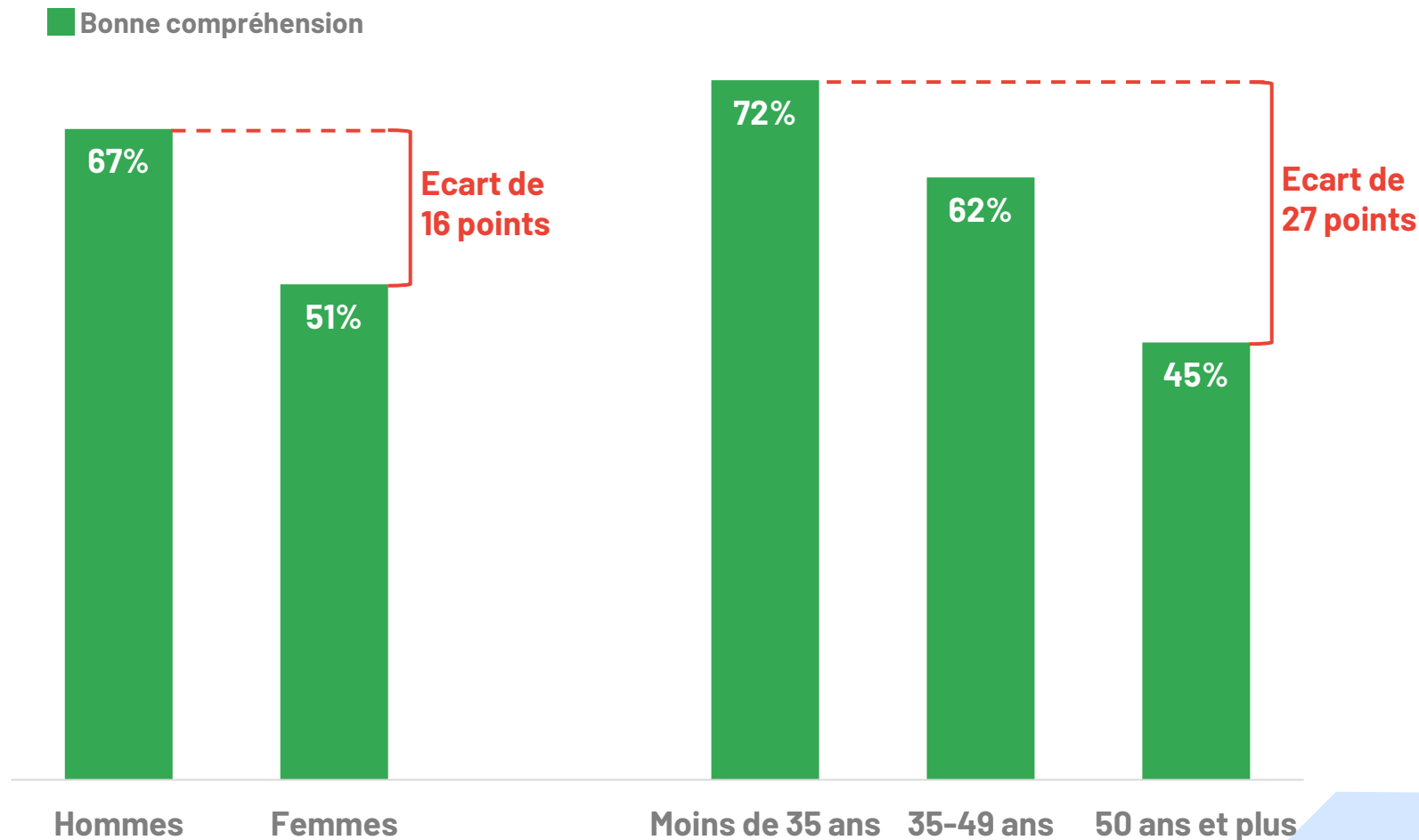
Question : « Diriez-vous que vous avez plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise compréhension de ce qu'est l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

Source : « Ipsos AI Monitor », Ipsos, 2025
Base : Population adulte (Allemagne, Australie, Canada, Corée du sud, Espagne, Etats-Unis, France, Italie, Japon, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Suède)

DES ÉCARTS MAJEURS DANS LE NIVEAU D'ACCULTURATION À L'IA SELON L'ÂGE, MAIS AUSSI LE GENRE

Le niveau de familiarité envers l'IA diffère fortement selon le profil des individus. Sans surprise, les jeunes disent plus souvent avoir une bonne compréhension de ce qu'est l'IA que les seniors : 72% chez les moins de 35 ans, contre 45% chez les 50 ans et plus.

L'écart en termes de genre est lui aussi très marqué : si les deux tiers des hommes (67%) disent bien comprendre l'IA, ce chiffre tombe à seulement 51% chez les femmes. Un écart en partie lié à des effets de socialisation familiale et d'orientation scolaire et professionnelle qui font que les femmes évoluent souvent dans des secteurs où l'usage de l'IA et des technologies est moins avancé.



Question : « Diriez-vous que vous avez plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise compréhension de ce qu'est l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

Source : « Ipsos AI Monitor », Ipsos, 2025
Base : Population adulte (France)

UNE FAMILIARITÉ AVEC L'IA QUI DÉPEND FORTEMENT DU POSITIONNEMENT DES SALARIÉS COMME DES CADRES DANS LA HIÉRARCHIE DES ENTREPRISES

Dans le contexte professionnel, on constate un fossé hiérarchique majeur dans la familiarité envers l'IA. Les salariés qui disposent du capital éducatif le plus important sont aussi les plus familiers de l'outil : 66% chez ceux ayant un diplôme de niveau bac.+3 et plus contre 51% pour ceux détenant un diplôme de niveau baccalauréat ou inférieur.

Une tendance similaire se retrouve quand on porte la focale sur les cadres dirigeants d'entreprises : ceux travaillant dans une entreprise de taille importante (ETI ou GE) sont bien plus enclins à avoir une bonne maîtrise de l'IA que ceux qui évoluent dans une PME ou une TPE : 86% contre 58%.

Chez les salariés :

Ensemble des salariés :
58%

Salariés ayant un diplôme de niveau bac.+3 et plus :
66%

Salariés ayant un diplôme de niveau bac. et moins :
51%

Chez les cadres dirigeants d'entreprises :

Ensemble des cadres dirigeants :
75%

Cadres dirigeants d'ETI / GE :
86%

Cadres dirigeants de PME / TPE :
58%

Questions : « Diriez-vous que vous avez plutôt une bonne ou plutôt une mauvaise compréhension de ce qu'est l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse) / « Diriez-vous que vous en savez beaucoup, un peu, pas beaucoup ou rien du tout à propos de l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

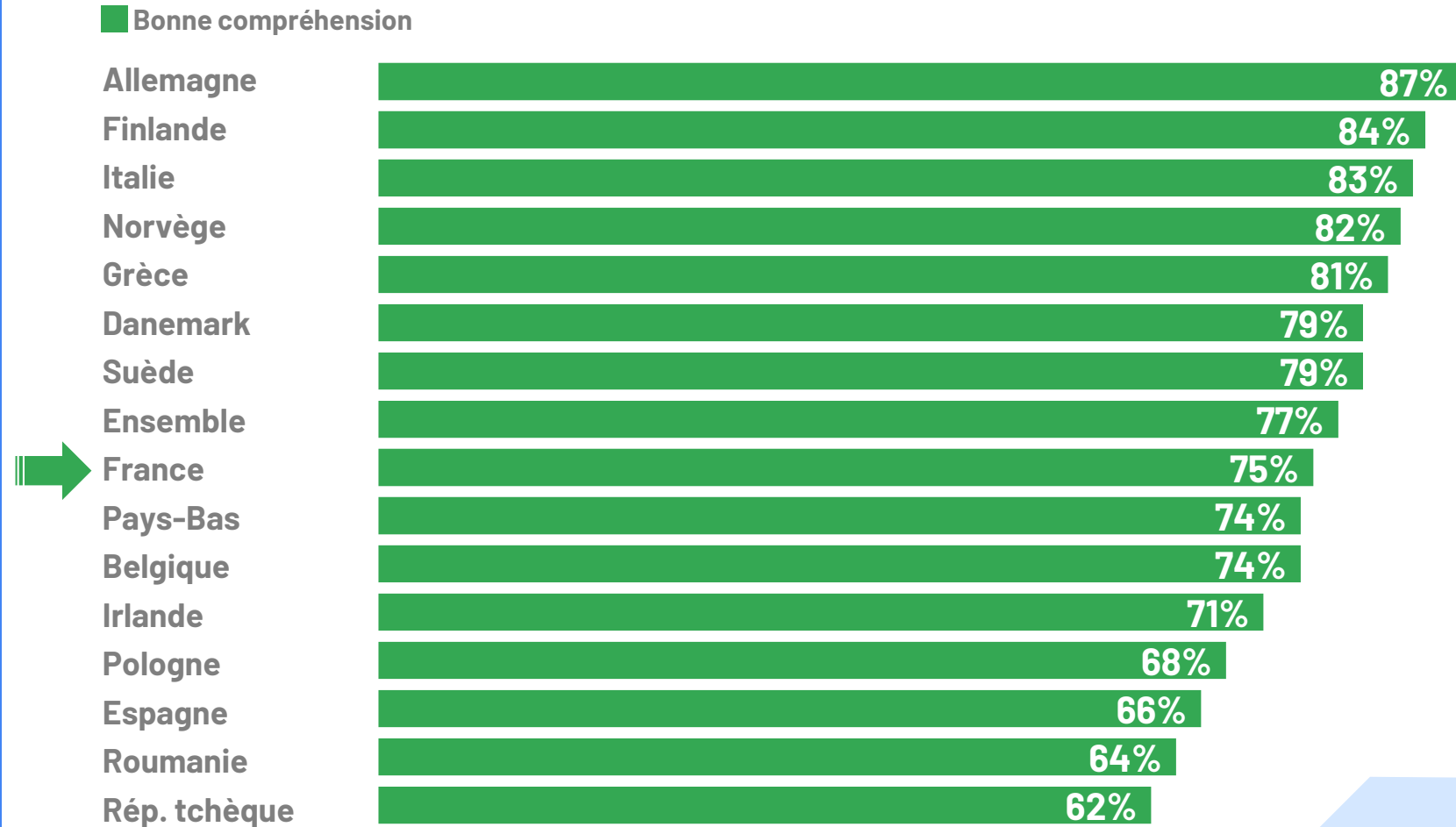
Source : « Ipsos AI Monitor », Ipsos, 2025
Base : Population adulte (France)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

EN TERMES DE FAMILIARITÉ ENVERS L’IA, DES CADRES DIRIGEANTS DU PRIVÉ FRANÇAIS QUI SE SITUENT DANS LA MOYENNE EUROPÉENNE

Malgré de réelles disparités selon la taille de leur entreprise (cf. page 9), les cadres dirigeants français affichent un niveau de connaissance plutôt élevé à propos de l’IA : 75% disent avoir de bonnes connaissances à ce sujet, dont 38% de très bonnes connaissances. Le pourcentage d’entre eux qui déclare n’avoir « aucune connaissance » dans ce domaine est marginal (2%).

Ces chiffres situent les cadres français dans la moyenne européenne (77%), même si les dirigeants d’entreprises des pays d’Europe du Nord sont généralement en avance : Allemagne (87%), Finlande (84%), Norvège (82%), Suède ou Danemark (79%).



Question : « Diriez-vous que vous en savez beaucoup, un peu, pas beaucoup ou rien du tout à propos de l’intelligence artificielle (l’IA) ? » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025

Base : Cadres dirigeants d’entreprises du secteur privé (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Rép. Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Suède)

2 Une perception ambivalente de l'IA, perçue comme une opportunité économique, mais une menace sociétale

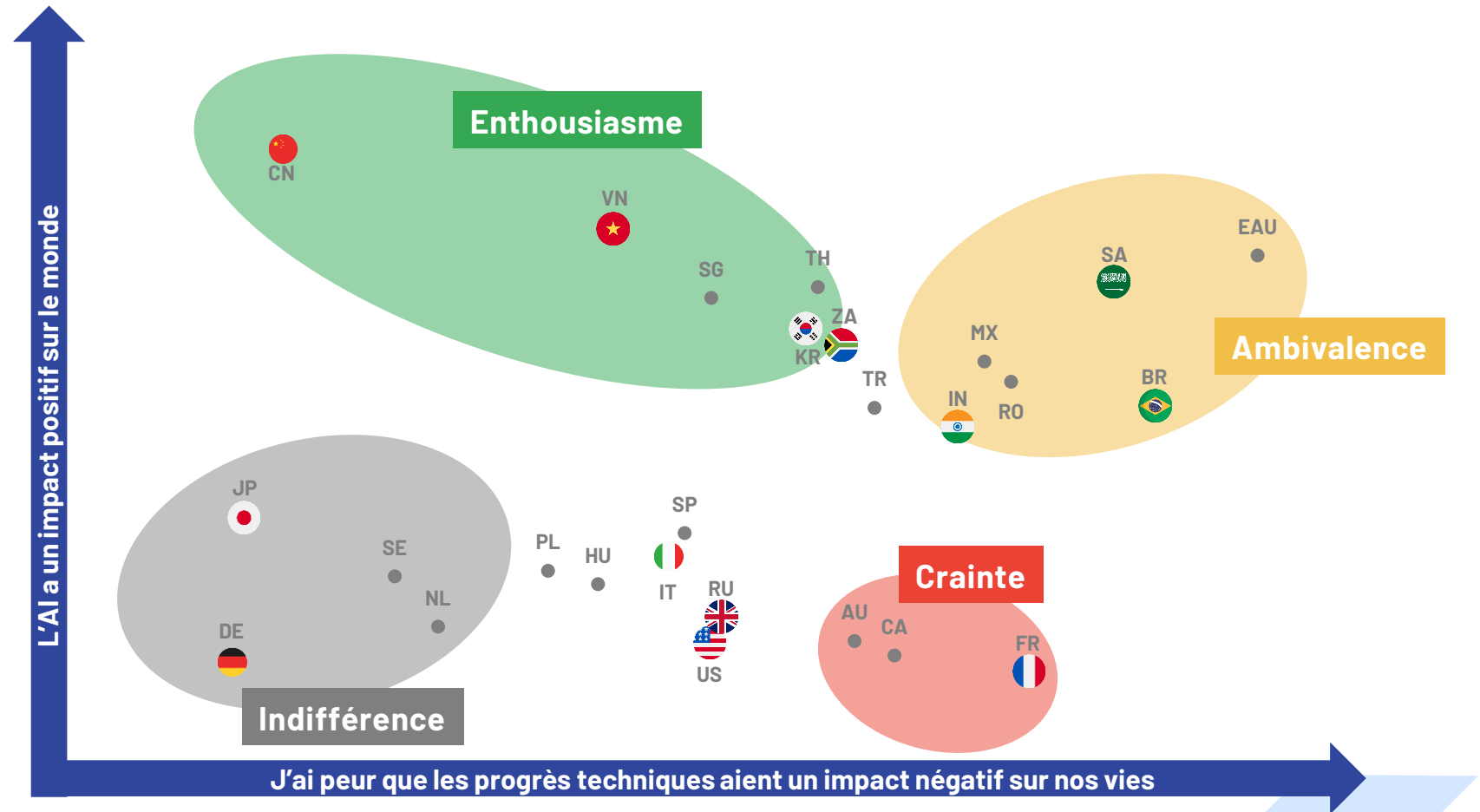


« C'est un peu l'avenir quand même... enfin tout le monde le dit. »

UNE PARTICULARITÉ FRANÇAISE : UN FOND CULTUREL A PRIORI MÉFIANT VIS-À-VIS DE L'IMPACT DES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES

Les Français se caractérisent à la fois par des craintes vis-à-vis de l'impact des progrès techniques en général sur leurs vies (64%), mais aussi par un certain scepticisme à propos de l'impact de l'IA, seuls 36% le percevant comme globalement positif. Dans la plupart des pays occidentaux (Allemagne, Italie, Espagne, Royaume-Uni, Etats-Unis...), la méfiance envers les progrès techniques est moins profonde.

Cela nous met en parfaite opposition par rapport à la plupart des pays asiatiques (Chine, Vietnam, Thaïlande, Singapour, Corée du Sud...) qui voient dans les avancées technologiques en général et dans l'IA en particulier des sources de progrès.



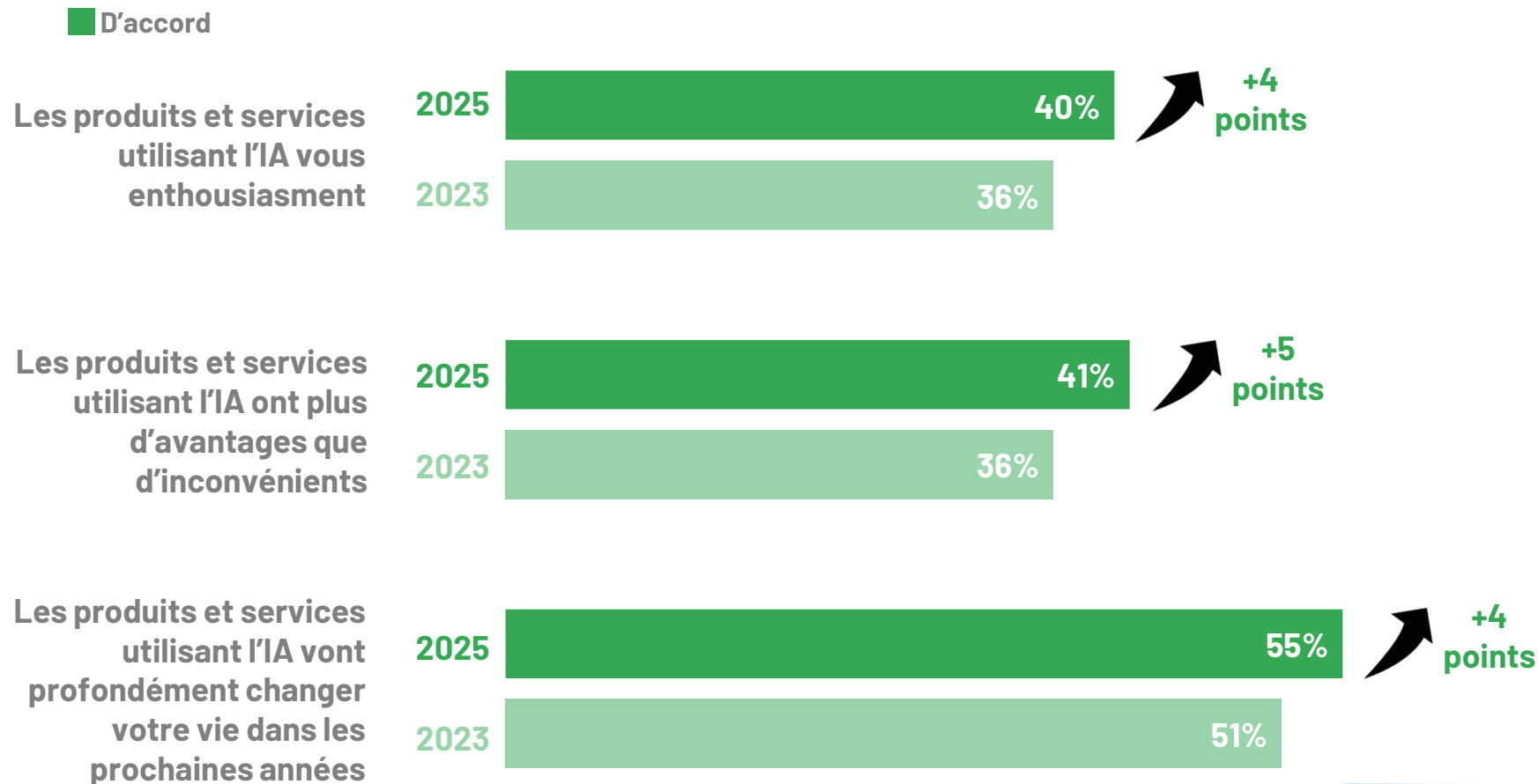
Question : « Diriez-vous que vous êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes ? » (une réponse par item)

Source : « Global Trends », Ipsos, 2025
Base : Population adulte

L'ADOPTION PROGRESSIVE DE L'IA A TOUTEFOIS CONDUIT UNE PARTIE DES FRANÇAIS À CHANGER DE REGARD À SON PROPOS

La montée rapide de l'utilisation de l'IA par les Français au cours des dernières années (cf. page 6) a toutefois sensiblement amélioré leur regard sur ces outils.

La perception d'une technologie qui va avoir un impact significatif a progressé : 55% jugent que les produits et services utilisant l'IA vont profondément changer leur vie, en hausse de 4 points en 2 ans. Et cet impact est perçu plus positivement : 41% pensent que ces produits et services utilisant l'IA ont plus d'avantages que d'inconvénients (+5 points), et 40% sont enthousiasmés par ces produits et services (+4 points).



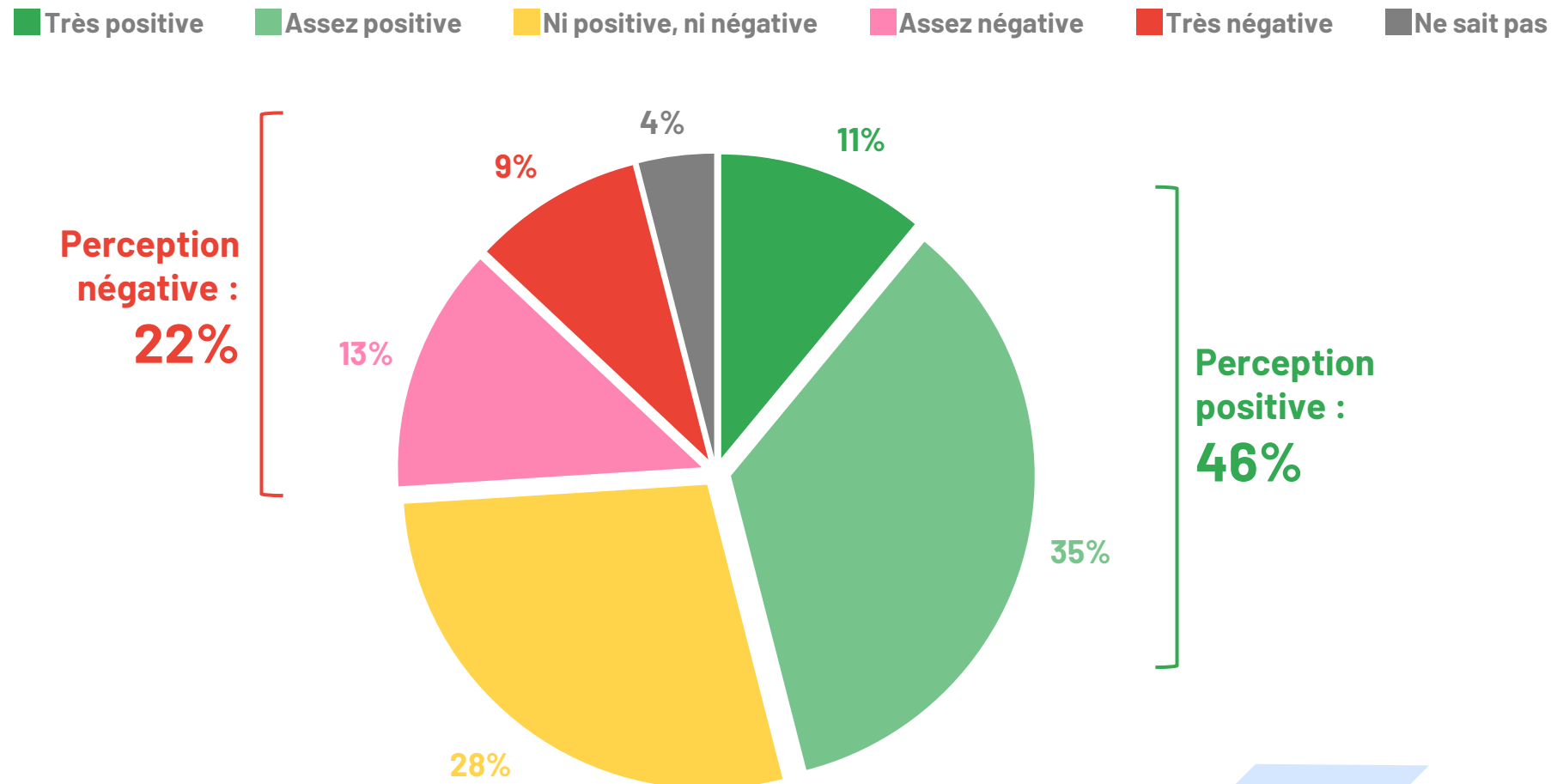
Question : « Diriez-vous que vous êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes ? » (une réponse par item)

Source : « Global Trends », Ipsos, 2025
Base : Population adulte

AUPRÈS DES ACTIFS, L'IMAGE DE L'IA EST DÉSORMAIS GLOBALEMENT POSITIVE

Dans ce contexte, l'image générale de l'IA auprès des salariés français est désormais assez bonne : près d'un actif sur deux (46%) a une perception positive de l'IA, contre un peu moins d'un quart (22%) qui en ont au contraire une perception négative.

Il n'en reste pas moins que le regard porté sur l'IA reste souvent peu engagé : les positions « très positives » (11%) ou « très négatives » (9%) sont très minoritaires, et un tiers des actifs ont une perception ambivalente (28%) ou n'ont pas d'opinion précise (4%) à propos des outils d'IA.



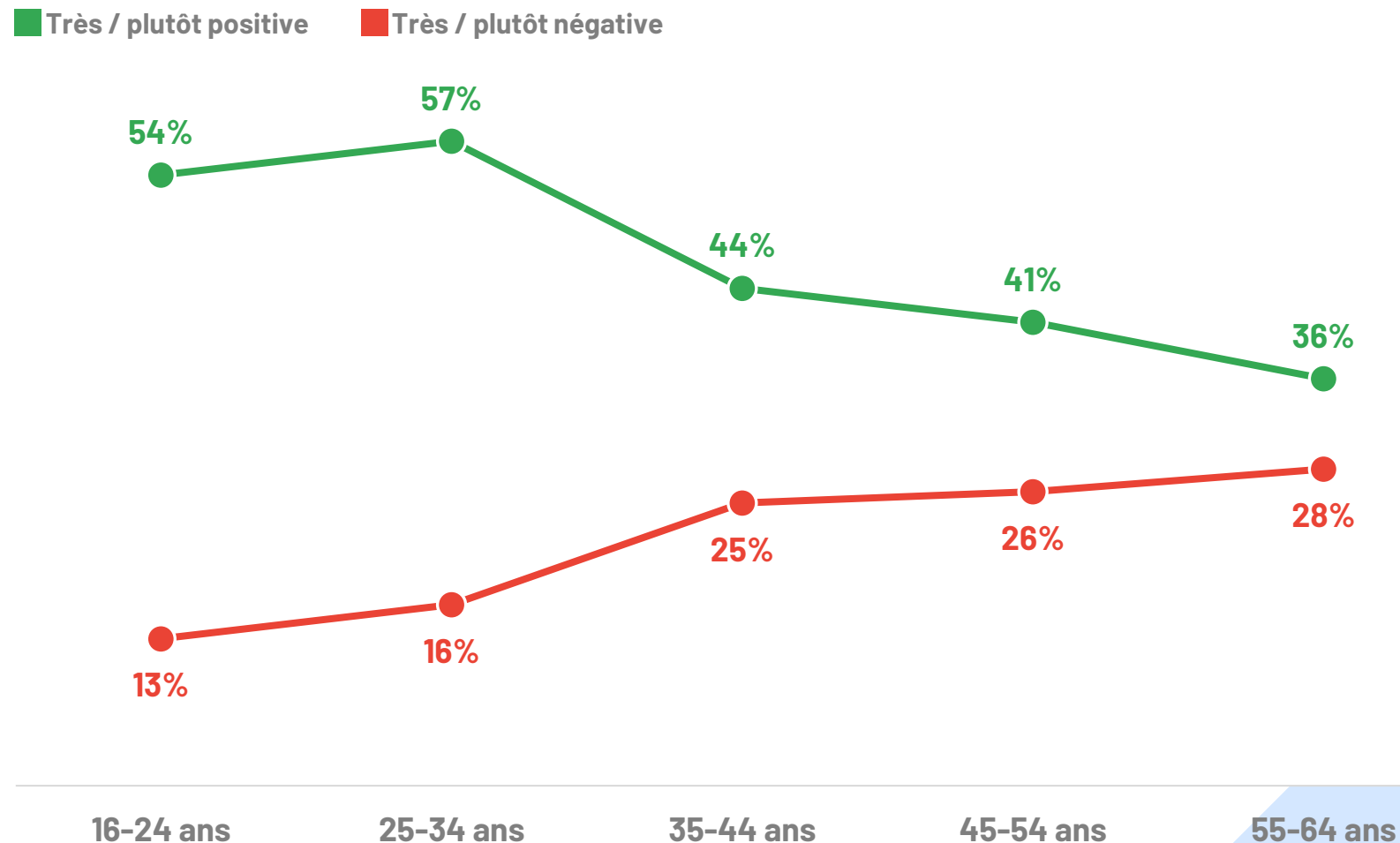
Question : « Dans l'ensemble, comment décririez-vous votre sentiment à l'égard de l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

SI LA PERCEPTION DE L'IA EST TRÈS POSITIVE CHEZ LES JEUNES ACTIFS, LES SENIORS SONT EN REVANCHE PLUS SCEPTIQUES

Comme en ce qui concerne la familiarité envers l'IA (cf. page 8), le regard porté sur ces outils est marqué par des écarts notables en fonction du profil des salariés.

Les hommes (51%) ont une perception plus positive que les femmes (41%). Surtout, si plus d'un actif de moins de 35 ans sur deux a une perception positive à propos de l'IA, ce chiffre recule nettement au-delà de cette tranche d'âge et tombe à moins de quatre sur dix (36%) chez les salariés de 55 ans et plus. On constate néanmoins que même dans ces catégories d'âge, les opinions positives restent légèrement mieux représentées que les avis négatifs.



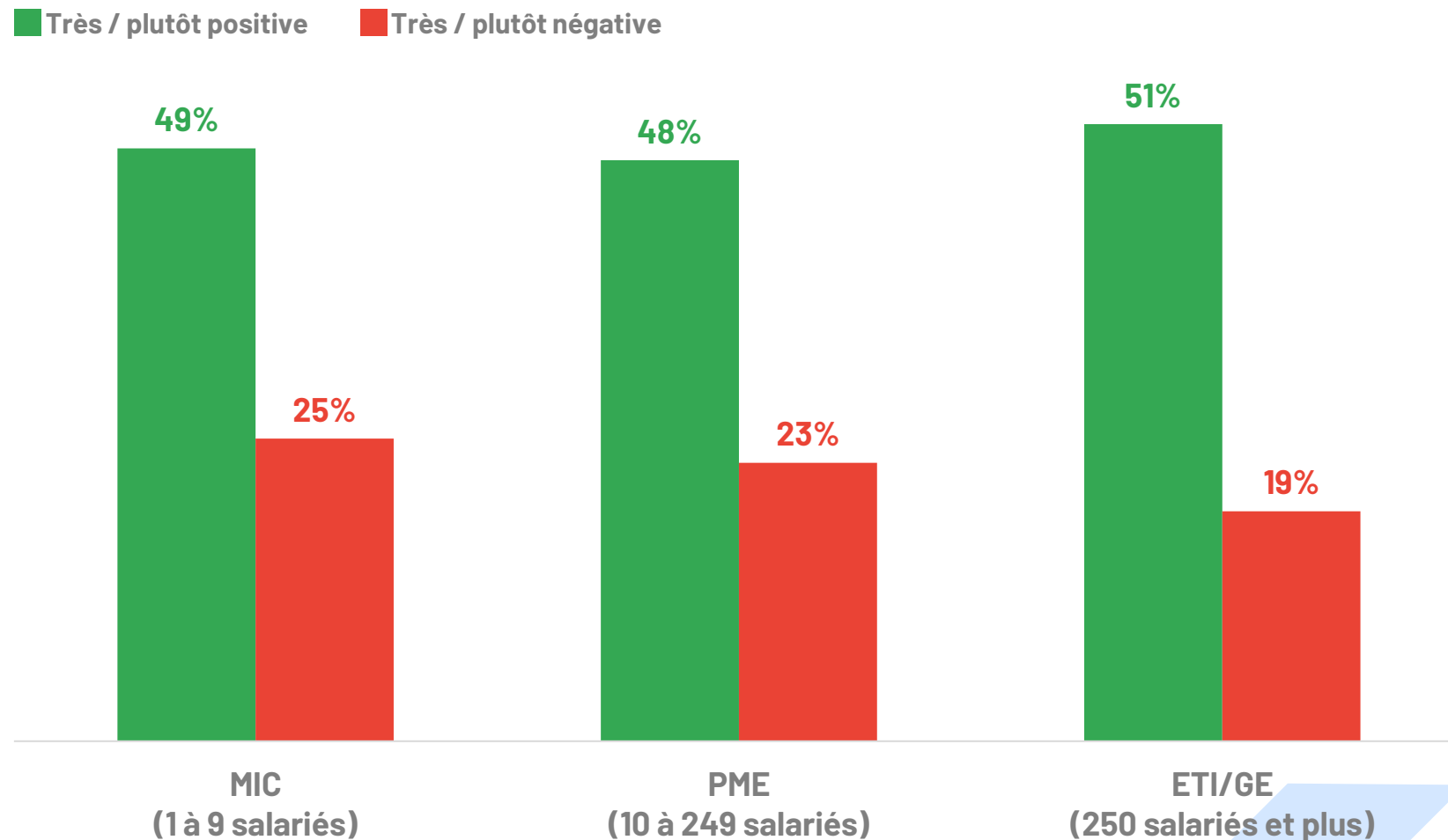
Question : « Dans l'ensemble, comment décririez-vous votre sentiment à l'égard de l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

DES SALARIÉS DU PRIVÉ QUI PORTENT UN REGARD MAJORITAIREMENT POSITIF SUR L'IA, QUELLE QUE SOIT LA TAILLE OU LE SECTEUR DE LEUR ENTREPRISE

Les caractéristiques de l'entreprise jouent en revanche peu dans la perception que les salariés se font de l'IA. Les actifs en emploi au sein d'entreprises de moins de 10 salariés ont des opinions négatives légèrement plus élevées que ceux qui évoluent dans une entreprise comptant 250 salariés ou plus (25% contre 19%), mais l'écart est modeste et les opinions positives sont presque exactement similaires.

On ne relève pas non plus d'écart significatif en fonction du secteur d'activité de l'entreprise. Enfin, les données indiquent aussi que les salariés du secteur public portent un regard sur l'IA très similaire à ceux du privé.



Question : « Dans l'ensemble, comment décririez-vous votre sentiment à l'égard de l'intelligence artificielle (l'IA) ? » (une seule réponse)

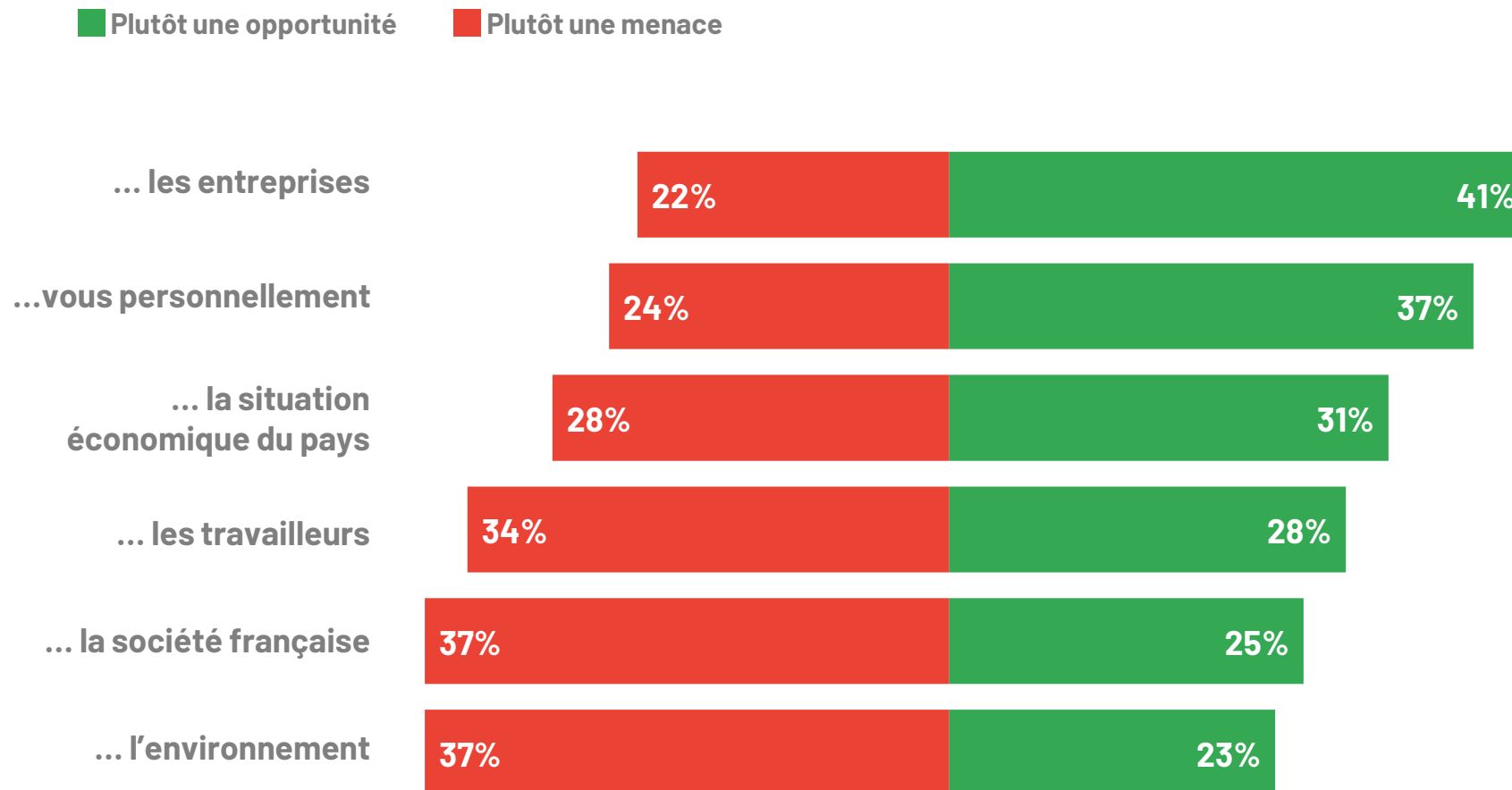
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

UN RAPPORT AMBIVALENT À L’IA, LAQUELLE EST PERÇUE SELON LES ENJEUX COMME UNE SOURCE D’OPPORTUNITÉ OU COMME UNE MENACE

Si la perception de l’IA est donc globalement positive, les anticipations liées à son impact suscitent des sentiments plus partagés.

D’un côté, les salariés estiment que l’IA représente plutôt une opportunité plutôt pour les entreprises, mais aussi pour eux-mêmes : elle est donc perçue comme un moteur de croissance économique, mais aussi d’accomplissement individuel.

Ils sont en revanche nettement plus inquiets vis-à-vis des conséquences que l’outil pourrait avoir sur les travailleurs ou sur l’environnement, mais aussi plus largement sur la société française en général.



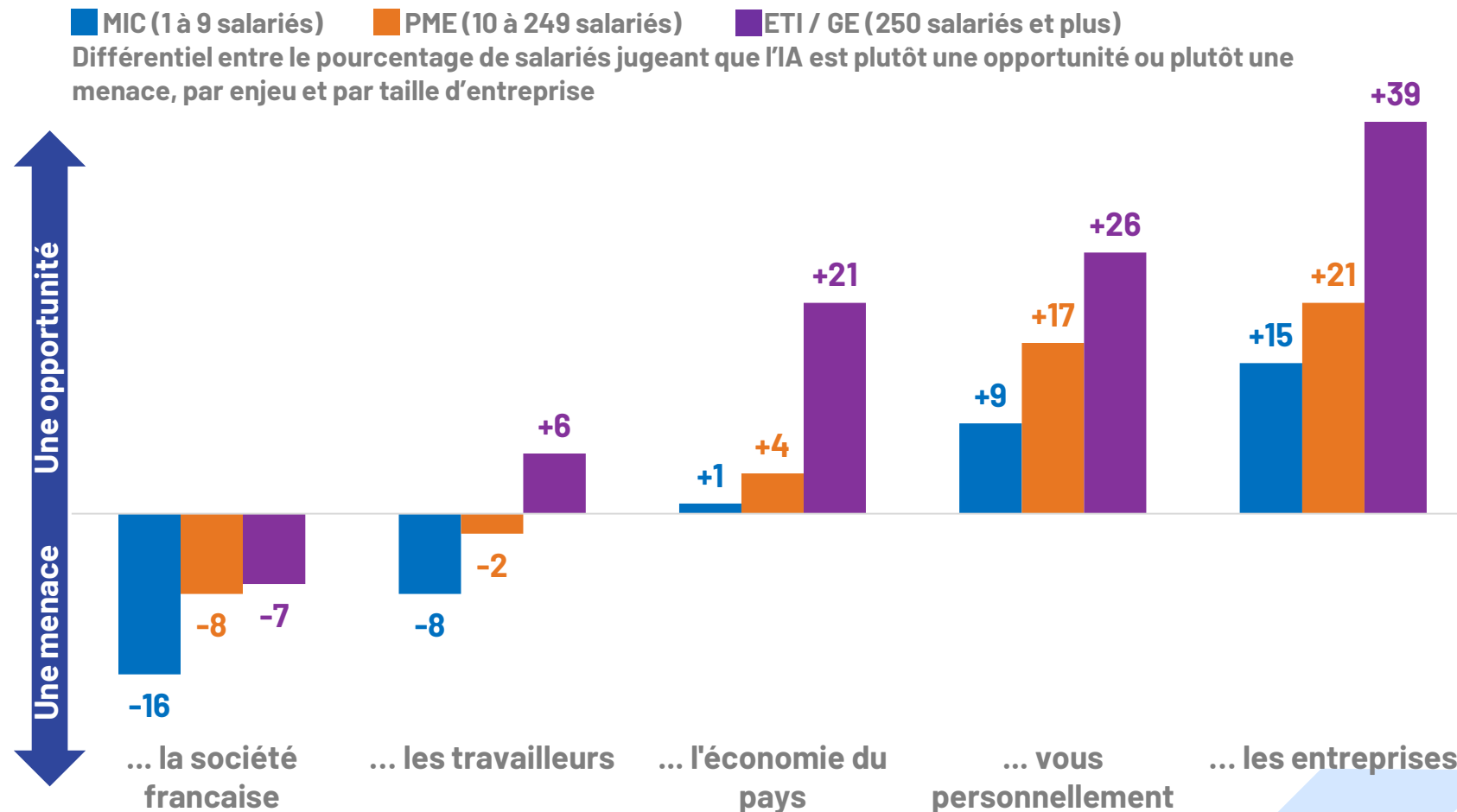
Question : « Tout bien considéré, considérez-vous l’IA plutôt comme une opportunité ou plutôt comme une menace pour... ? »
(une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

DANS LES GRANDES ENTREPRISES, L'IMPACT DE L'IA EST MIEUX PERÇU QUE DANS LES PETITES STRUCTURES

L'impact économique et social de l'IA est en grande partie lié à la taille de l'entreprise dans laquelle sont employés les salariés : plus celle-ci augmente, plus le regard porté sur les conséquences de l'adoption de l'IA est positif.

Ainsi, les salariés des MIC (1 à 9 salariés) perçoivent plutôt l'IA comme une menace pour les travailleurs de manière générale, alors que ceux qui sont en poste dans une ETI / GE (250 salariés et plus) estiment qu'il s'agit davantage d'une opportunité dans ce domaine. De même, les salariés des PME et des ETI/GE pensent massivement que l'IA sera un atout pour eux-mêmes ou pour les entreprises, les autres étant plus mesurés.



Question : « Tout bien considéré, considérez-vous l'IA plutôt comme une opportunité ou plutôt comme une menace pour... ? » (une réponse par item)

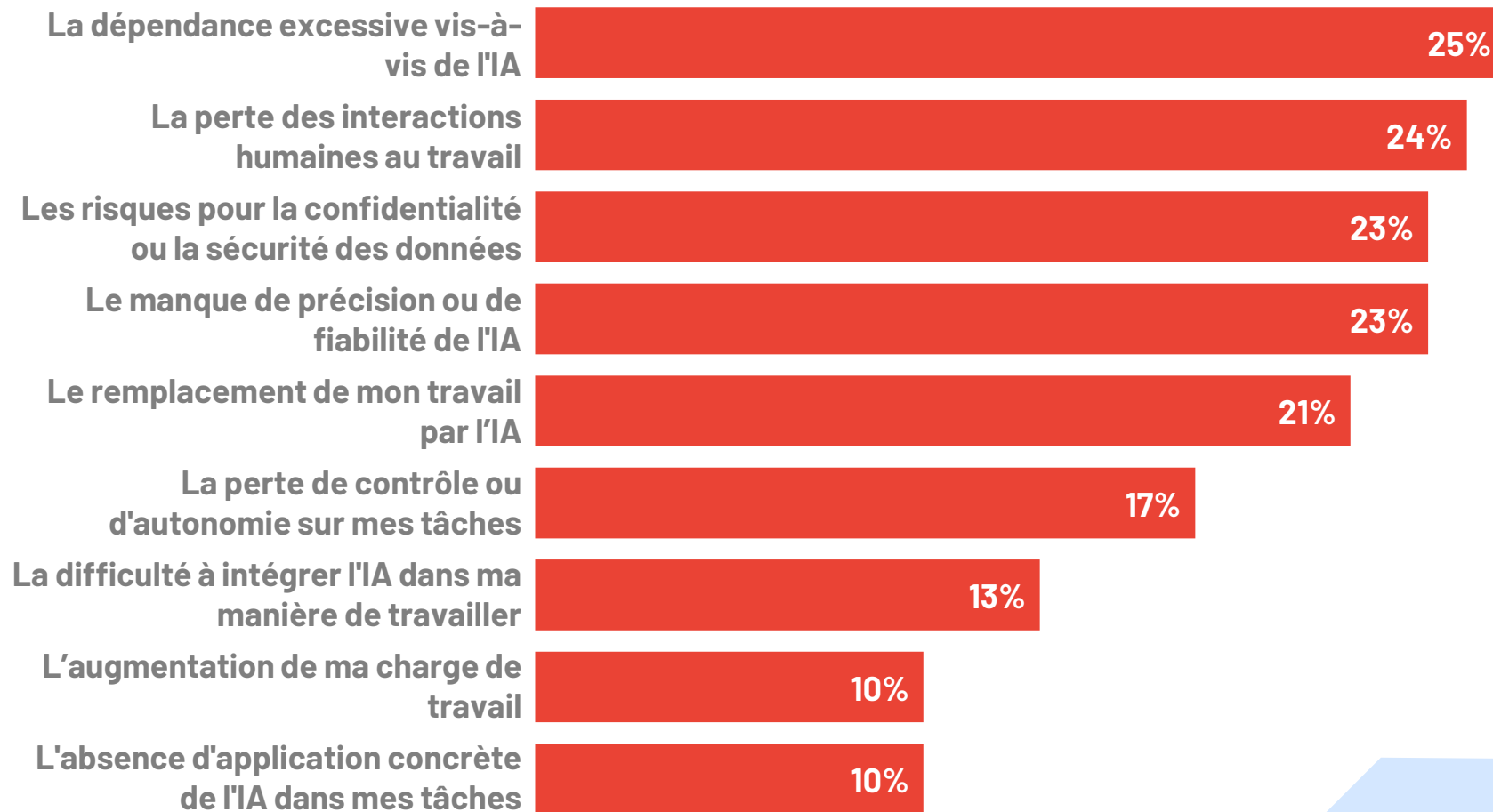
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

DÉPENDANCE, PERTE DES RELATIONS SOCIALES : CHEZ LES SALARIÉS, DES CRAINTES SOCIÉTALES LIÉES À L'IA QUI DÉPASSENT LA QUESTION DE L'EMPLOI

Interrogés sur les principaux inconvénients potentiels de l'utilisation de l'IA dans leur travail, les actifs citent avant tout des dimensions sociétales, notamment la crainte d'une dépendance excessive à l'outil (25%) ainsi que le recul des relations humaines (24%).

Les aspects plus techniques, comme les craintes liées à la confidentialité et la sécurité des données, ou la précision et la fiabilité des réponses apportées par l'IA, arrivent ensuite (23% chacun).

A noter que la peur du remplacement de son travail par l'IA, sans être marginale (21%), n'arrive qu'en cinquième position.



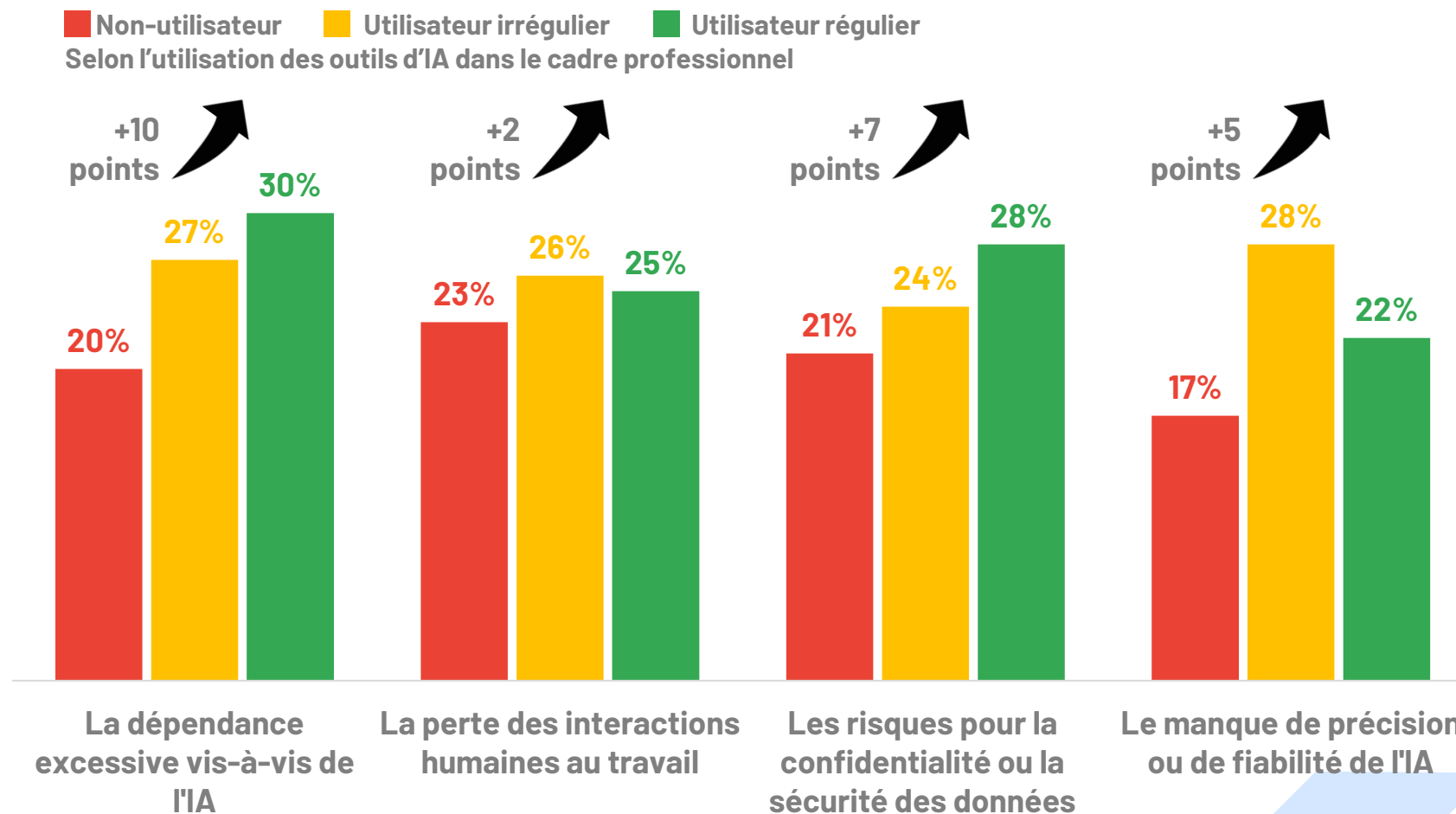
Question : « Selon vous, quels sont les principaux inconvénients potentiels liés à l'utilisation d'outils d'IA dans le cadre de votre travail ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

LES UTILISATEURS RÉGULIERS DE L'IA EXPRIMENT DAVANTAGE DE CRAINTES – OU ONT PLUS DE RECUL CRITIQUE SUR LES LIMITES ACTUELLES DE L'OUTIL

La plupart des inconvénients liés à l'utilisation de l'IA dans le cadre professionnel sont davantage mis en avant par ceux qui utilisent déjà fréquemment les outils d'intelligence artificielle au travail : ils sont bien plus enclins que les non-utilisateurs à craindre la dépendance (30 contre 20%), les risques liés à la confidentialité ou à la sécurité des données (28% contre 21%), ou encore manque de précision ou de fiabilité des outils d'IA (22% contre 17%).

Ces éléments montrent que plus les salariés sont acculturés à l'IA, plus ils comprennent finement les limites et les risques actuels associés à son utilisation.



Question : « Selon vous, quels sont les principaux inconvénients potentiels liés à l'utilisation d'outils d'IA dans le cadre de votre travail ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

3 Les cadres dirigeants d'entreprises perçoivent plus clairement que les salariés le potentiel de l'IA

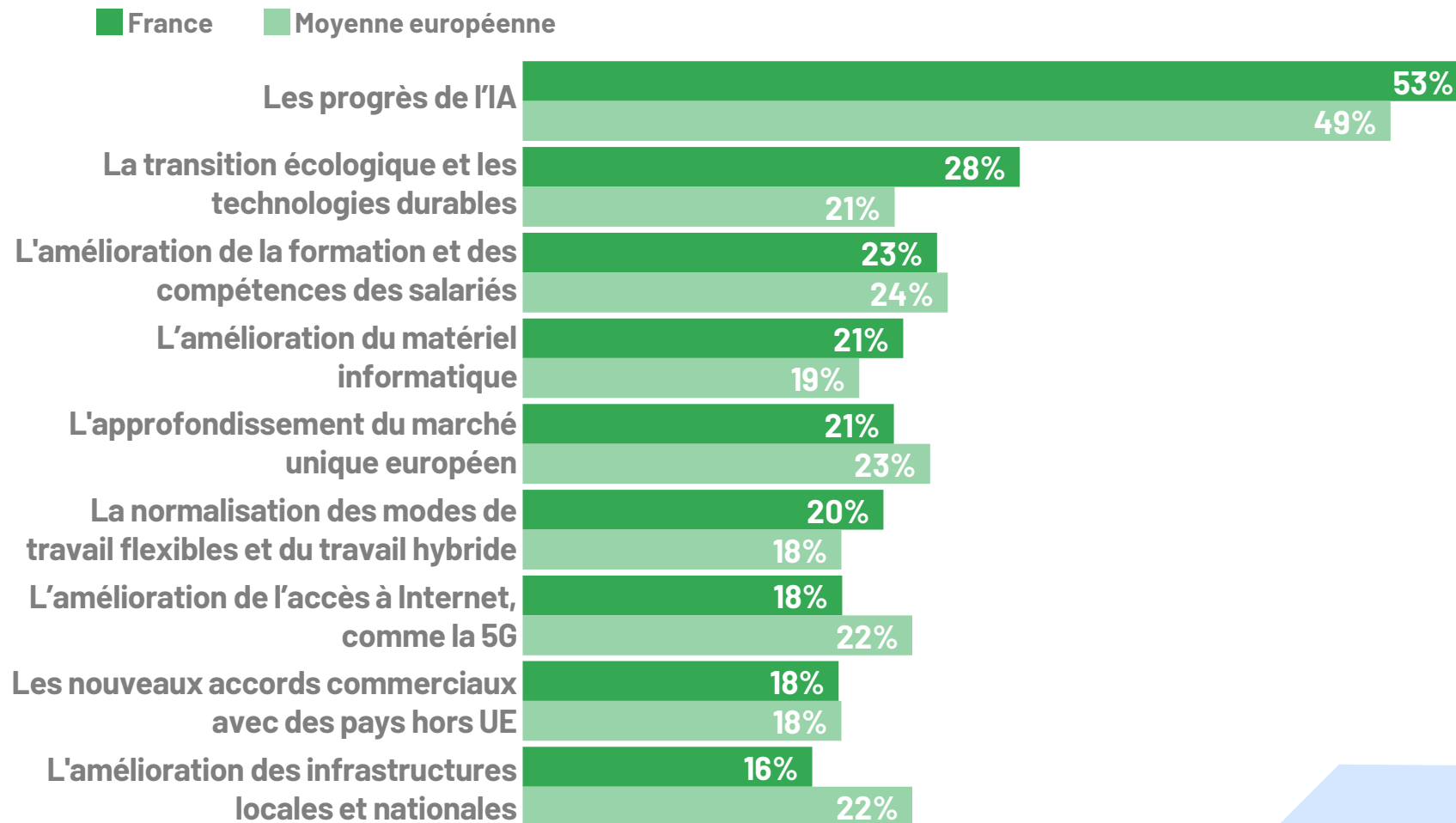


« J'ai hâte de voir ce que ça va donner dans les années qui viennent. Je ne sais pas jusqu'où ça peut aller. »

POUR LES CADRES DIRIGEANTS, L'IA EST LA PRIORITÉ STRATÉGIQUE INCONTOURNABLE DES ANNÉES À VENIR

Les cadres dirigeants d'entreprises françaises perçoivent clairement le potentiel de l'IA, qu'ils citent comme l'élément étant de loin le plus susceptible d'avoir un impact positif sur leur organisation au cours des années à venir (53%), loin devant des dimensions liées à la transition écologique et au développement des technologies durables (28%) ou l'amélioration de la formation et des compétences des salariés (23%).

Les dirigeants français sont même légèrement plus enthousiastes vis-à-vis de l'impact de l'IA que la moyenne des cadres européens (49%).



Question : « Selon vous, lesquels des éléments suivants sont susceptibles d'avoir le plus d'impact positif sur votre entreprise au cours des cinq prochaines années ? » (trois réponses possibles)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025

Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Rép. Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Suède)

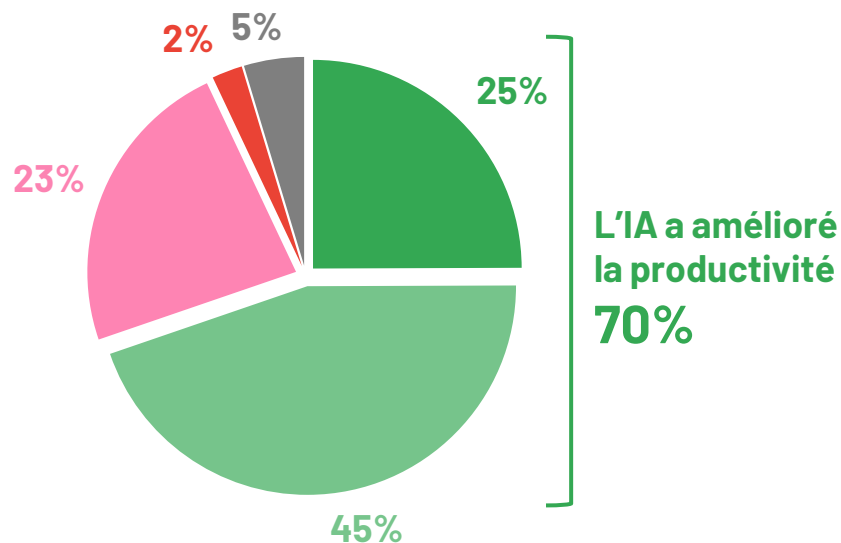
UN IMPACT DÉJÀ TRÈS NET SUR LA PRODUCTIVITÉ DES ENTREPRISES, ET DES ANTICIPATIONS TOUT AUSSI OPTIMISTES

De fait, les cadres dirigeants d'entreprises constatent déjà un impact significatif de l'IA sur la performance de leur entreprise : 70% affirment que son utilisation a amélioré leur productivité au cours de l'année écoulée, dont un quart (25%) qui estiment que cela a « tout à fait » été le cas.

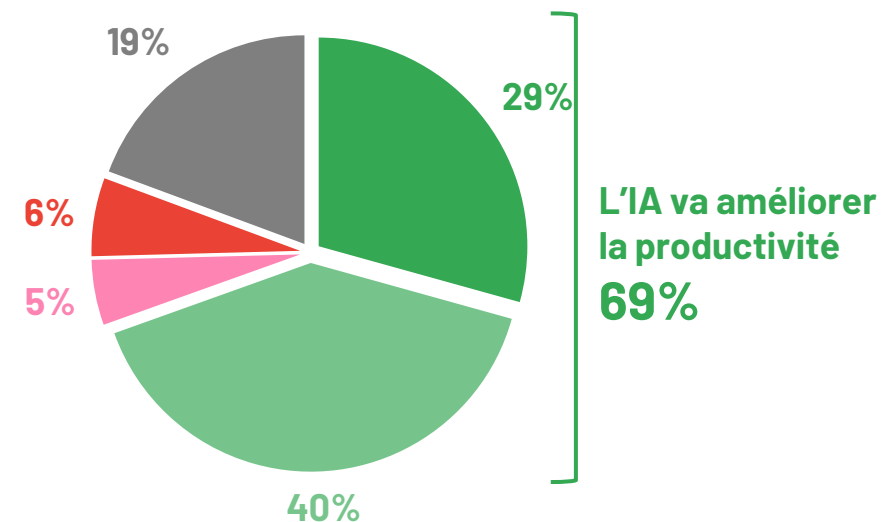
Les anticipations pour les années à venir sont tout aussi optimistes : pour 69% des cadres dirigeants, le développement de l'IA va améliorer de manière significative la productivité de leur entreprise au cours des années à venir – près d'un tiers d'entre eux estimant même que ce sera « tout à fait » le cas.

■ Tout à fait ■ Plutôt ■ Plutôt pas ■ Pas du tout ■ Ne sait pas

Au cours de l'année écoulée :



Dans les prochaines années :



Question : « Selon vous, l'IA générative a-t-elle amélioré de manière significative la productivité de votre entreprise au cours de l'année dernière ? » (une seule réponse) / « Selon vous, dans quelle mesure l'IA générative est-elle susceptible d'améliorer de manière significative la productivité de votre entreprise au cours des prochaines années ? » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

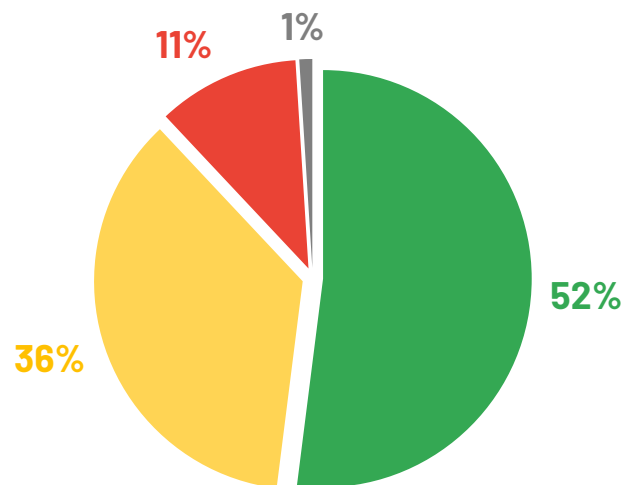
UNE PRODUCTIVITÉ QUI BÉNÉFICIE DES GAINS DE TEMPS PERMIS PAR L'UTILISATION DE L'IA

Dans le détail, l'amélioration de la productivité des entreprises permise par l'utilisation de l'IA est en grande partie liée aux gains de temps qu'elle entraîne : 52% des cadres dirigeants affirment qu'elle a permis à leurs salariés de gagner du temps, seuls 11% estimant au contraire que ce n'est clairement pas le cas – 36% ne s'estimant pas encore capables de répondre à cette question.

Les gains de temps sont souvent très significatifs : ils sont supérieurs à 3 heures par semaine en moyenne par salarié dans les deux tiers des entreprises (67%), et même à 6 heures par semaine dans une entreprise sur cinq (20%).

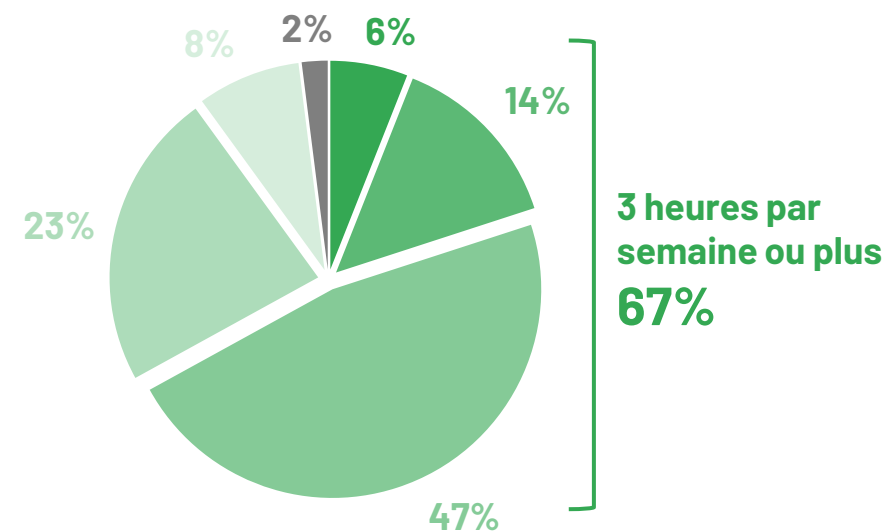
■ Oui ■ Il est trop tôt pour le dire
■ Non ■ Ne sait pas

L'IA a-t-elle permis aux salariés de gagner du temps ?



■ 10 heures ou plus ■ 6 à 10 heures ■ 3 à 5 heures
■ 1 à 2 heures ■ Moins d'une heure ■ Ne sait pas

Combien de temps les salariés ont-ils gagné en moyenne grâce à l'IA ?



Question : « Diriez-vous que l'utilisation de l'IA dans votre entreprise a permis à vos employés de gagner du temps pour se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée ? » (une seule réponse) / « De manière générale, combien de temps pensez-vous que l'IA a permis à un membre moyen du personnel de votre organisation de gagner par semaine ? » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
 Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

DES GAINS DE PRODUCTIVITÉ LIÉS AU DÉPLOIEMENT DE L'IA QUI SONT SOUVENT BÉNÉFIQUES POUR LES SALARIÉS

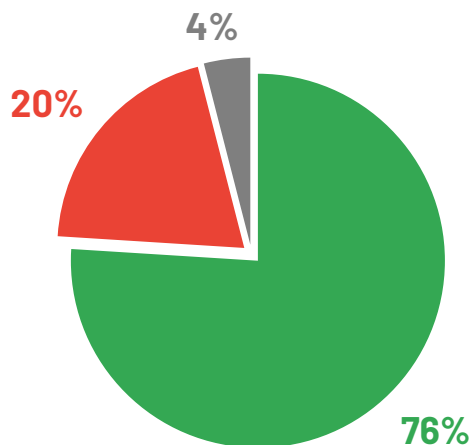
L'utilisation de l'IA a été positive pour les entreprises : 76% de celles qui ont investi dans l'IA au cours de l'année écoulée en ont profité pour réallouer le temps gagné par les salariés vers des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Mais les salariés ont aussi directement bénéficié du déploiement de l'IA : 64% des cadres dirigeants disent que leur entreprise a formé les employés à des tâches à plus forte valeurs ajoutée, qui sont souvent plus intéressantes et plus facilement mobilisables sur le marché du travail.

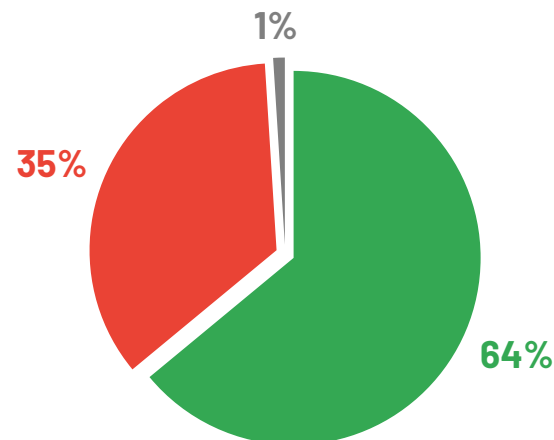
Surtout, 57% des entreprises ont profité du déploiement de l'IA pour augmenter le salaire de leurs salariés.

■ Cela a été fait ■ Cela n'a pas été fait ■ Ne sait pas

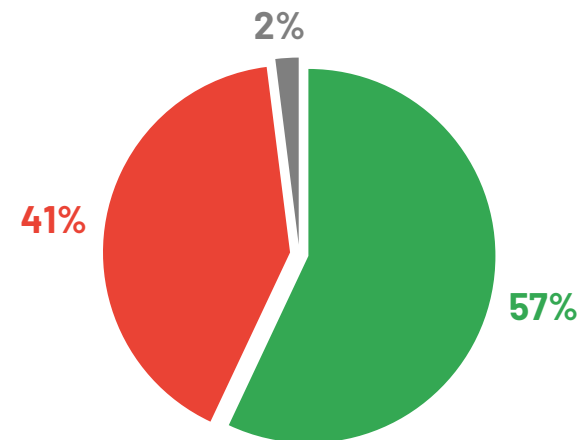
Affecter le temps gagné par les salariés sur des tâches à plus forte valeur ajoutée



Former les salariés à des tâches à plus forte valeur ajoutée



Augmenter le salaire des salariés



Question : « Vous avez dit qu'au cours de l'année écoulée, votre entreprise avait investi dans des outils d'IA qui prennent en charge des tâches actuellement effectuées par des humains. Parmi les éléments suivants, lesquels votre entreprise a-t-elle mis en œuvre à la suite de cet investissement ? » (une seule par item)

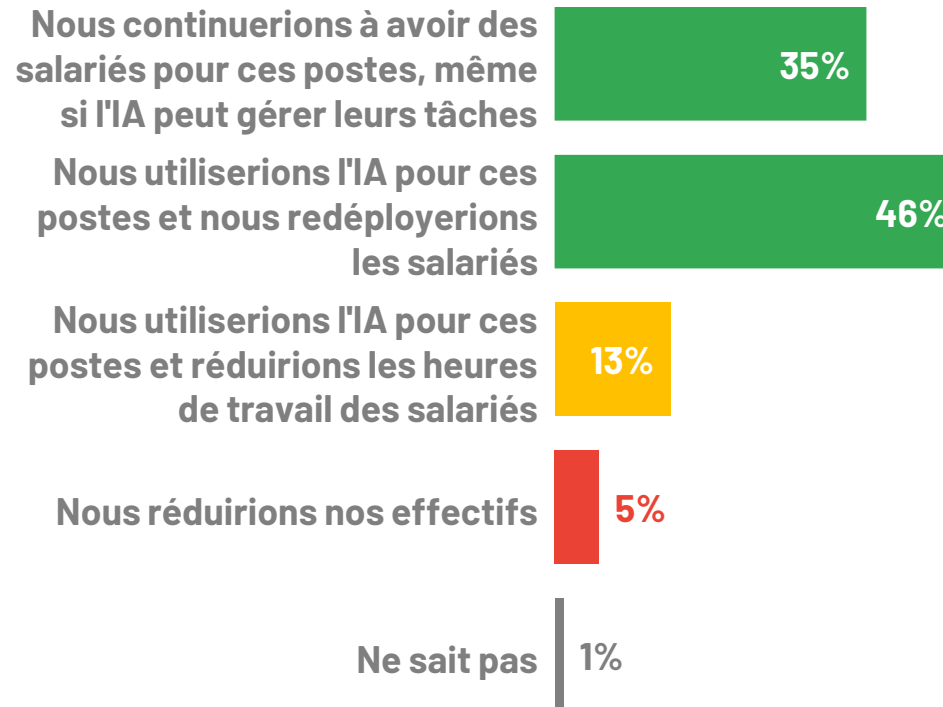
Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

LES CADRES DIRIGEANTS NE PERÇOIVENT PAS LE DÉVELOPPEMENT DE L'IA COMME UNE MENACE POUR L'EMPLOI DANS LEUR ENTREPRISE

Les cadres dirigeants semblent relativement peu inquiets des conséquences du développement de l'IA sur les effectifs salariés. Si des postes pouvaient être remplacés par l'IA, seuls 5% d'entre eux pensent que leur entreprise réagirait en supprimant des emplois, et 13% en réduisant les heures de travail. Une très nette majorité pensent que les effectifs seraient maintenus.

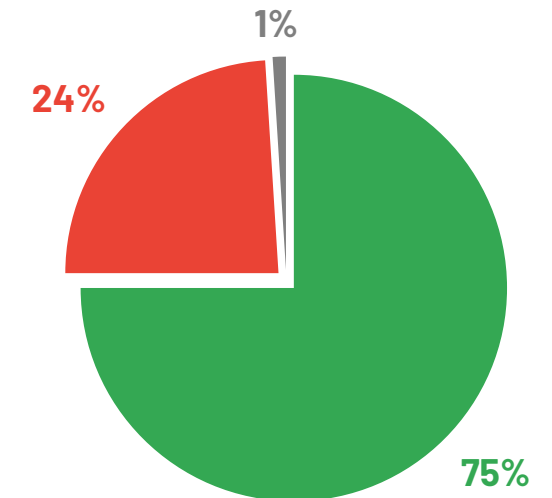
Ces outils peuvent au contraire créer des emplois, puisque 75% des dirigeants qui ont investi dans l'IA affirment avoir recruté de nouveaux collaborateurs pour accompagner le déploiement des nouveaux outils.

La réaction de l'entreprise si certains postes étaient remplacés par l'IA



■ Cela a été fait ■ Cela n'a pas été fait ■ Ne sait pas

L'embauche de nouveaux salariés pour accompagner le déploiement de l'IA



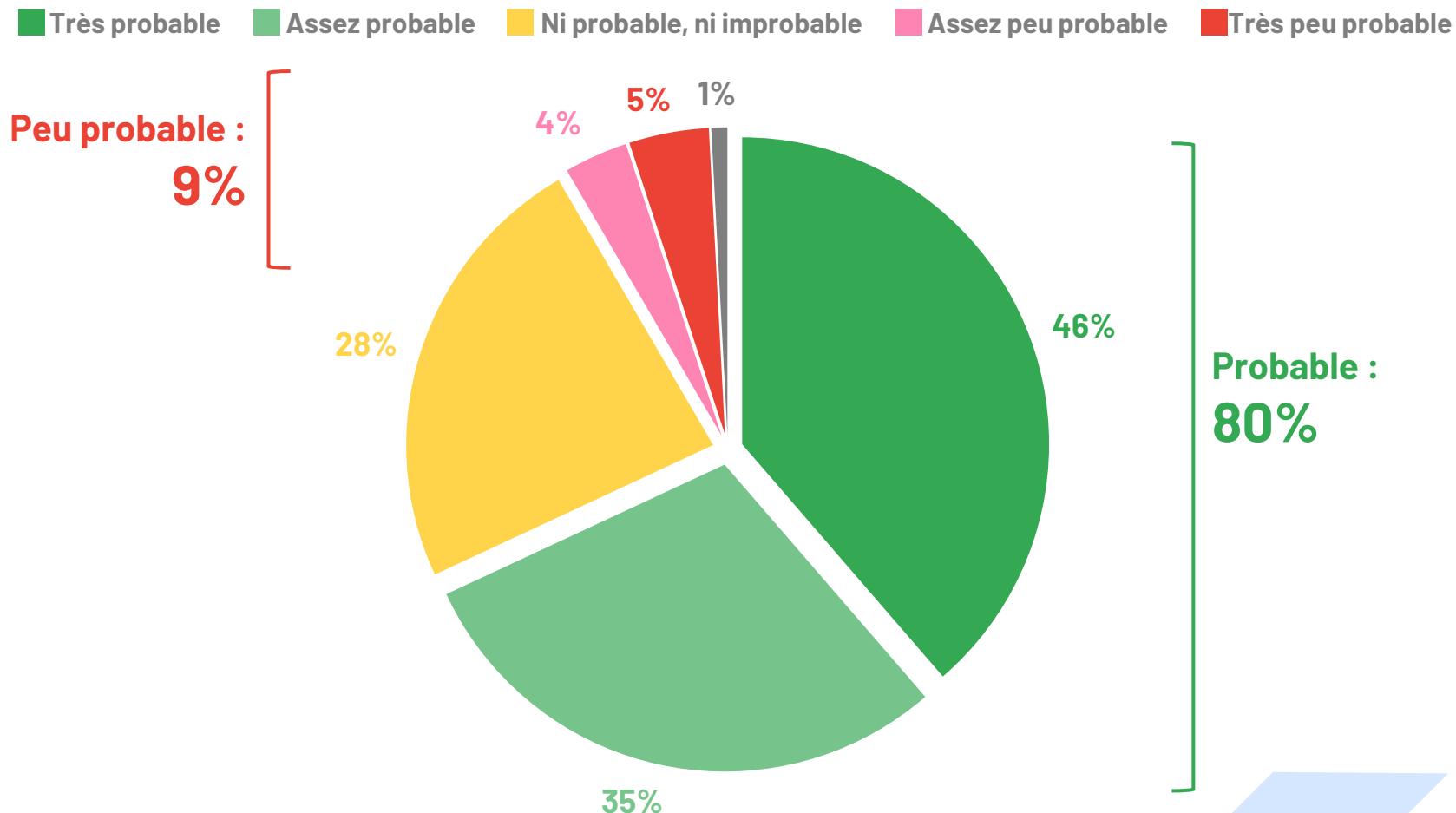
Question : « Parmi les réponses suivantes, laquelle décrit le mieux la manière dont votre entreprise réagirait si certains postes pouvaient être remplacés par l'IA dans les cinq prochaines années ? » (une seule réponse) / « Vous avez dit qu'au cours de l'année écoulée, votre entreprise avait investi dans des outils d'IA qui prennent en charge des tâches actuellement effectuées par des humains. Parmi les éléments suivants, lesquels votre entreprise a-t-elle mis en œuvre à la suite de cet investissement ? » (une seule par item)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

DES CADRES DIRIGEANTS QUI ANTICIPENT LOGIQUEMENT UNE POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT DE L'IA DANS LEUR ENTREPRISE

Les cadres dirigeants d'entreprises français se montrent en conséquence particulièrement enthousiastes vis-à-vis du développement de l'utilisation de l'IA dans leur structure au cours des années à venir : 80% affirment qu'il est probable que leur entreprise utilise davantage d'outils d'IA dans un futur proche, dont près de la moitié (46%) qui estiment que c'est « très probable ». La part des réticents est marginale : 9% jugent que cette évolution est peu probable dans leur entreprise.

Ces chiffres sont très proches de la moyenne mesurée au niveau européen : 81% contre 90%.



Question : « De manière générale, selon vous, dans quelle mesure votre entreprise est-elle susceptible d'utiliser davantage les outils d'IA au cours de l'année à venir ? » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

PARTIE 2

LES USAGES PROFESSIONNELS DE L'IA EN FRANCE

1 Un usage professionnel de l'IA qui reste encore émergent par rapport à son utilisation au niveau personnel

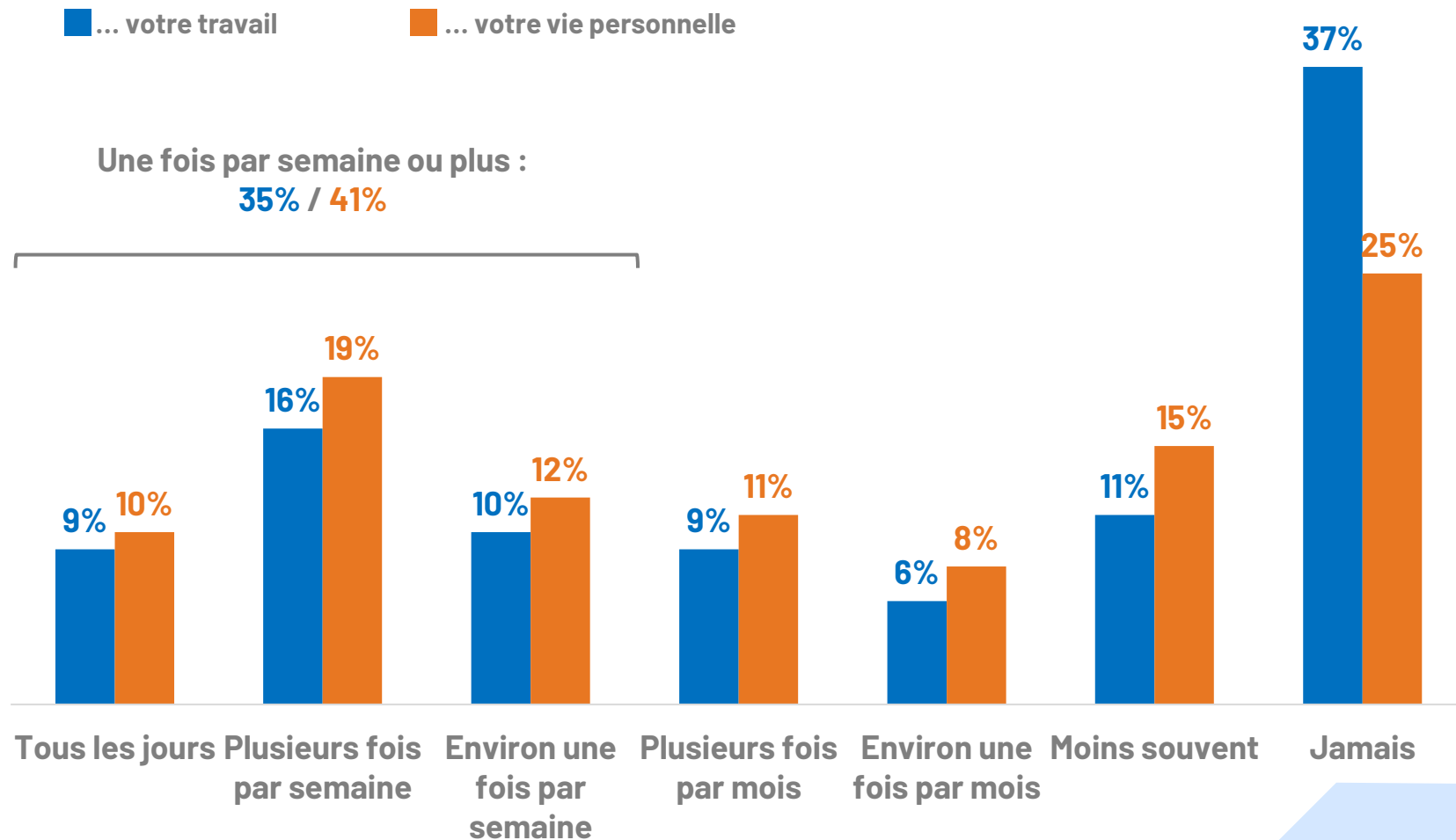


« J'ai pas une grande connaissance en IA, en fait. Moi, j'utilise surtout à titre personnel, pour faire des memes, des trucs entre amis. »

L'IA RESTE DAVANTAGE UTILISÉE DANS LA SPHÈRE PERSONNELLE QUE PROFESSIONNELLE

Seuls 35% des actifs utilisent l'IA au moins une fois par semaine dans leur cadre professionnel, contre 41% dans leur vie personnelle. À l'inverse, 25% ne l'utilisent jamais pour des usages personnels, alors que ce chiffre monte à 37% pour les usages professionnels. Ces données montrent que l'appropriation de l'IA au travail est sensiblement en retrait par rapport à des pratiques individuelles mieux ancrées.

Au total, seuls 9% des travailleurs utilisent quotidiennement l'IA au travail, sans différences majeures en fonction de la taille de l'entreprise.



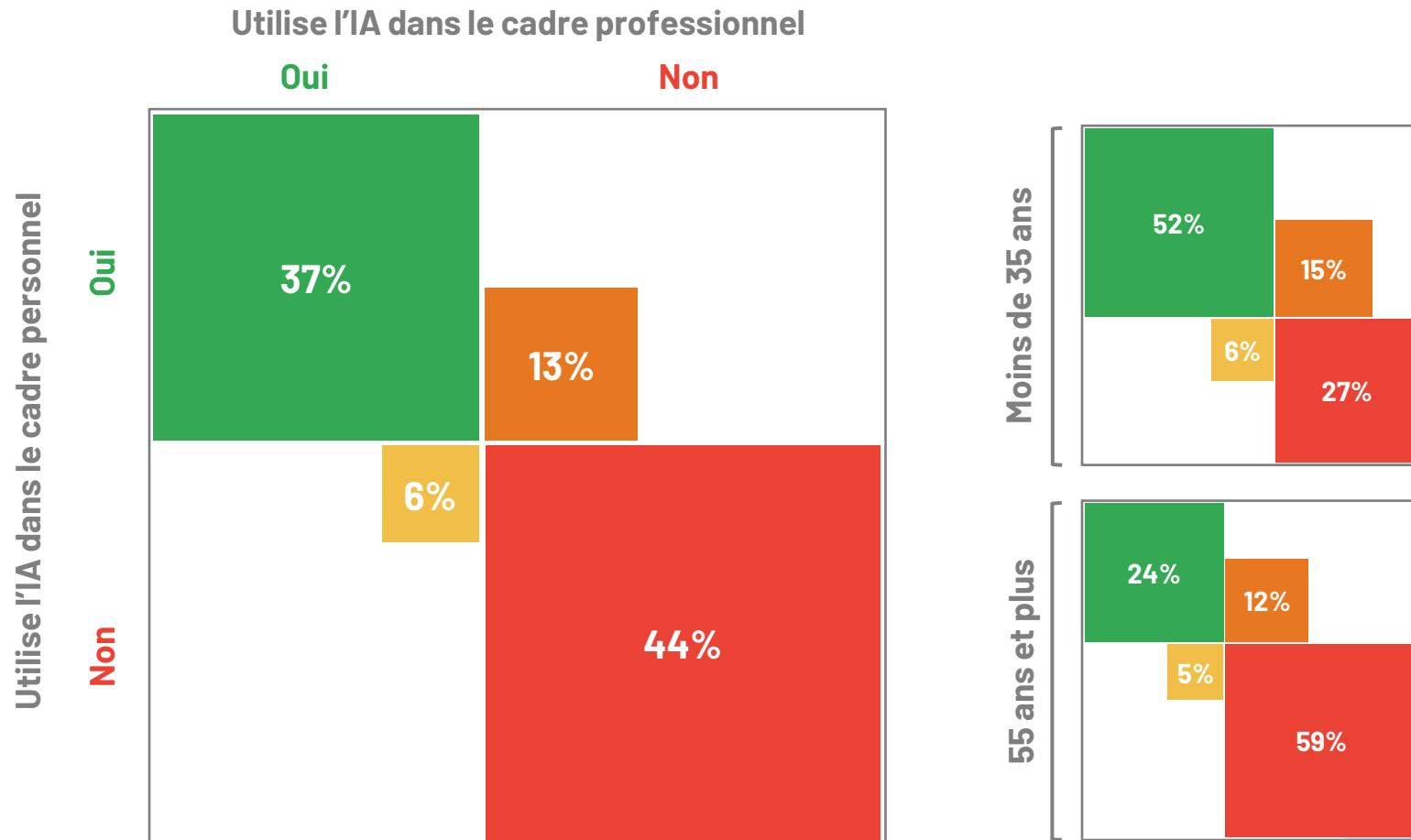
Question : « Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des chatbots IA ou d'autres outils d'IA tels que des générateurs d'images ou des assistants intelligents dans... ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

UNE ACCULTURATION LIMITÉE : MOINS DE QUATRE SALARIÉS SUR DIX UTILISENT L'IA POUR DES TÂCHES PERSONNELLES ET PROFESSIONNELLES

Le croisement des données sur l'utilisation personnelle et professionnelle de l'IA montre que 37% des actifs l'utilisent au moins une fois par mois pour ces deux types de pratiques, alors que 44% ne l'utilisent que très rarement ou jamais sur ces deux dimensions. A noter que 13% utilisent l'IA uniquement dans le cadre personnel, alors que seuls 6% ne l'utilisent que pour des aspects liés à leur travail.

Sans surprise, la dimension générationnelle est structurante : plus d'un actif de moins de 35 ans sur deux (52%) utilise l'IA pour des tâches personnelles et professionnelles, contre moins d'un quart (24%) chez ceux âgés de 55 ans et plus.



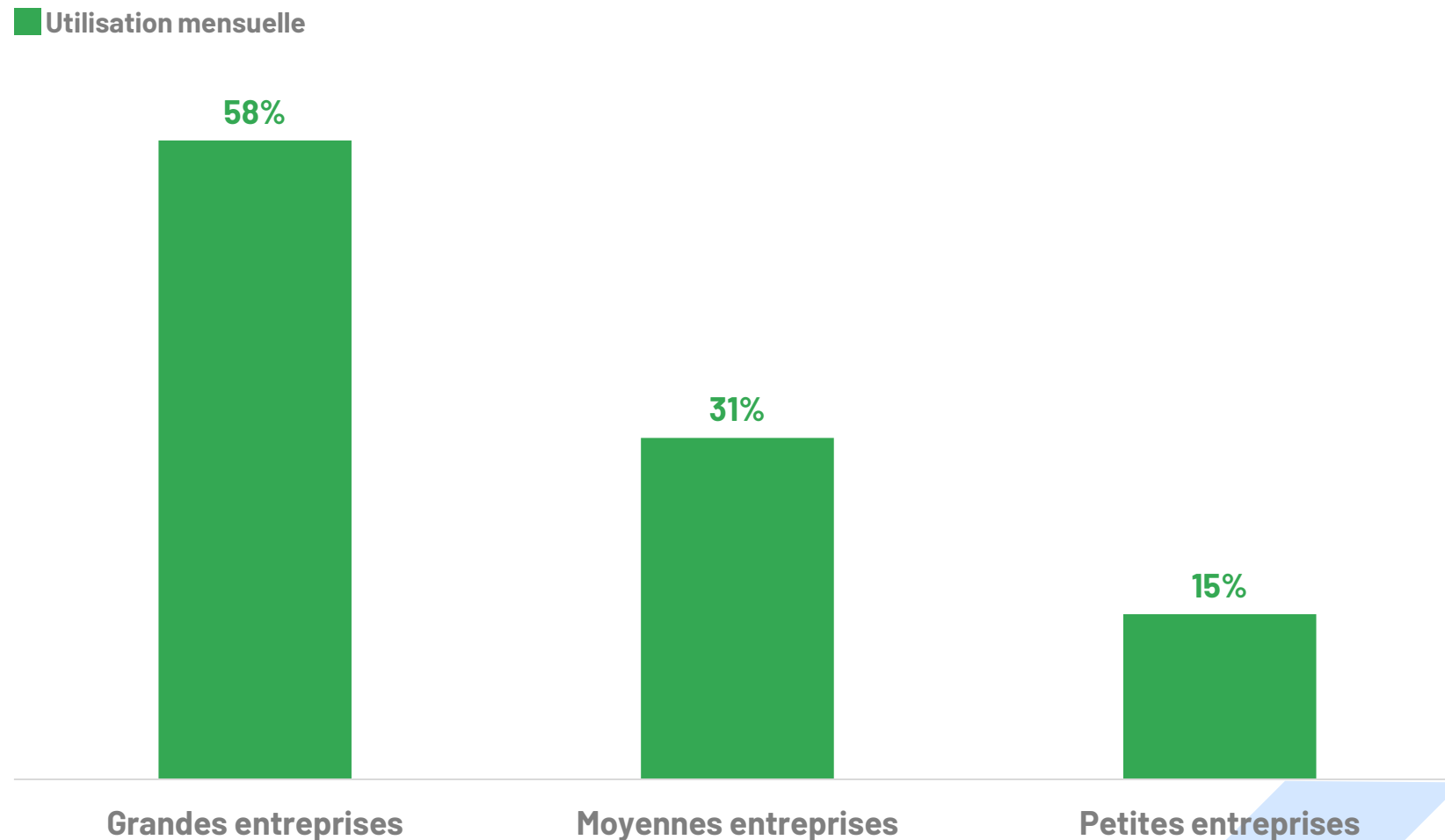
Question : « Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des chatbots IA ou d'autres outils d'IA tels que des générateurs d'images ou des assistants intelligents dans votre travail / votre vie personnelle ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

LES PLUS PETITES ENTREPRISES ACCUSENT UN NET RETARD EN TERMES D'ADOPTION DE L'IA

En 2025, 58% des entreprises françaises de plus de 250 salariés utilisaient l'IA, contre 31% dans les entreprises de taille moyenne et seulement 15% au sein des petites entreprises.

Les petites entreprises représentant une très large majorité du tissu productif français (plus de 99 % des entreprises en France et plus du tiers des emplois privés selon l'INSEE), elles sont donc indispensables pour parvenir à une pleine appropriation de l'IA dans le cadre professionnel en France.



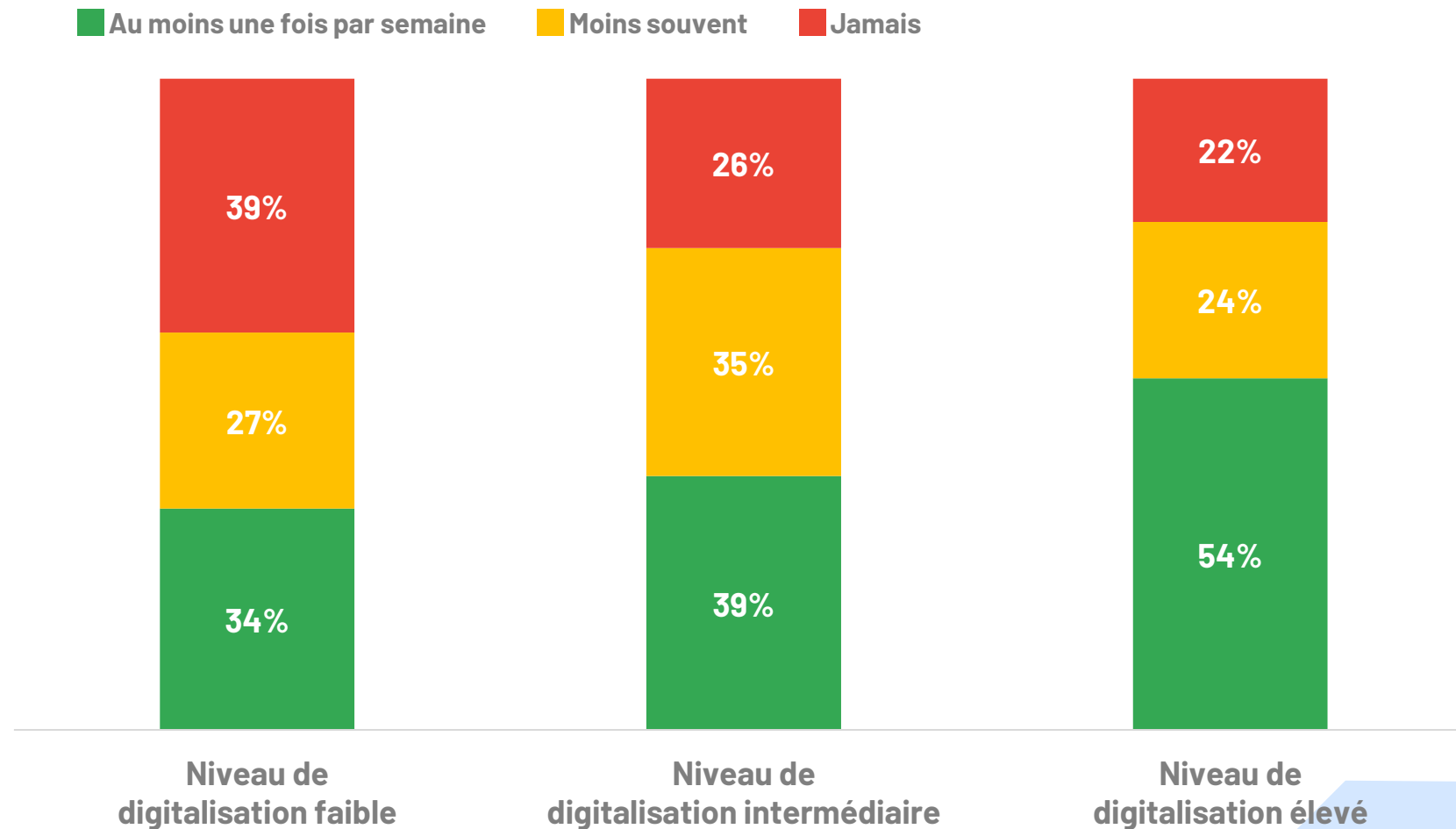
Question : « Des outils d'intelligence artificielle sont-ils utilisés au sein de votre entreprise ? » (une seule réponse)

Source : « Use of artificial intelligence in enterprises », National Statistical Authorities pour Eurostat, 2025
Base : Dirigeants d'entreprises de plus de 10 salariés (Union européenne)

LE NIVEAU DE DIGITALISATION DES ENTREPRISES RESTE LE FACTEUR LE PLUS STRUCTURANT DE L’ADOPTION DE L’IA PAR LES SALARIÉS

Le niveau de digitalisation des entreprises influence fortement le niveau d'adoption de l'IA par les salariés : 54% des salariés d'entreprises intégrant fortement les nouvelles technologies dans leurs process internes utilisent l'IA au moins une fois par semaine, alors que ce chiffre n'est que de 34% dans les structures les moins digitalisées – un écart massif de 20 points.

L'IA prolonge donc des pratiques numériques existantes – que ce soit au niveau individuel ou au niveau de l'entreprise – plutôt qu'elle ne les crée *ex nihilo*.



Question : « Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des chatbots IA ou d'autres outils d'IA tels que des générateurs d'images ou des assistants intelligents dans votre travail ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
 Base : Population active en emploi (France)

2 Des usages encore basiques de l'IA, liés aux difficultés des salariés pour identifier des utilisations pertinentes

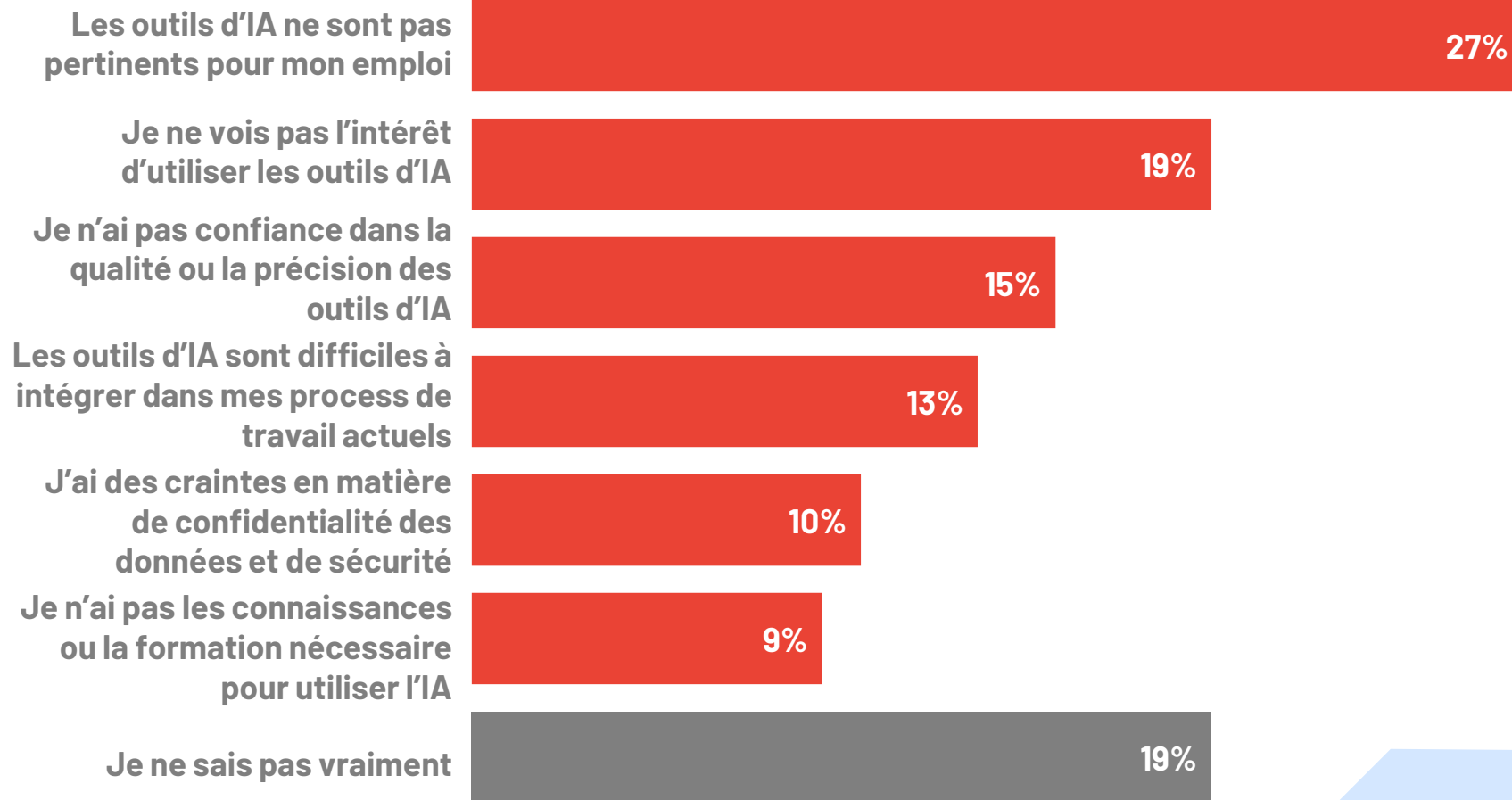


« Le frein, je crois que c'est juste l'imagination. On ne s'imaginer pas encore tout ce qu'on pourrait lui demander et tous les champs de possibilités qui pourraient être utiles dans notre travail. »

UN FREIN MAJEUR : LA DIFFICULTÉ À IDENTIFIER UNE UTILISATION PERTINENTE DE L’IA POUR SES TÂCHES PROFESSIONNELLES

Le principal frein à l'adoption de l'IA concerne son manque d'utilité perçue pour les tâches principales des salariés : 27% des non-utilisateurs citent cette dimension, qui se situe en première place des freins testés. A noter que les salariés seniors sont bien plus enclins à la citer que les plus jeunes (32% contre 19%). Très proche dans sa signification, le manque d'intérêt pour les outils d'IA arrive en deuxième position (19%).

Par ailleurs, des freins liés au doute sur la qualité des résultats proposés par l'IA (15%) ainsi que sur la sécurité des données et le cadre légal d'utilisation de l'IA (10 %) émergent aussi, bien que de manière plus secondaire.



Question : « Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas les outils d'IA dans votre travail ? » (trois réponses possibles)

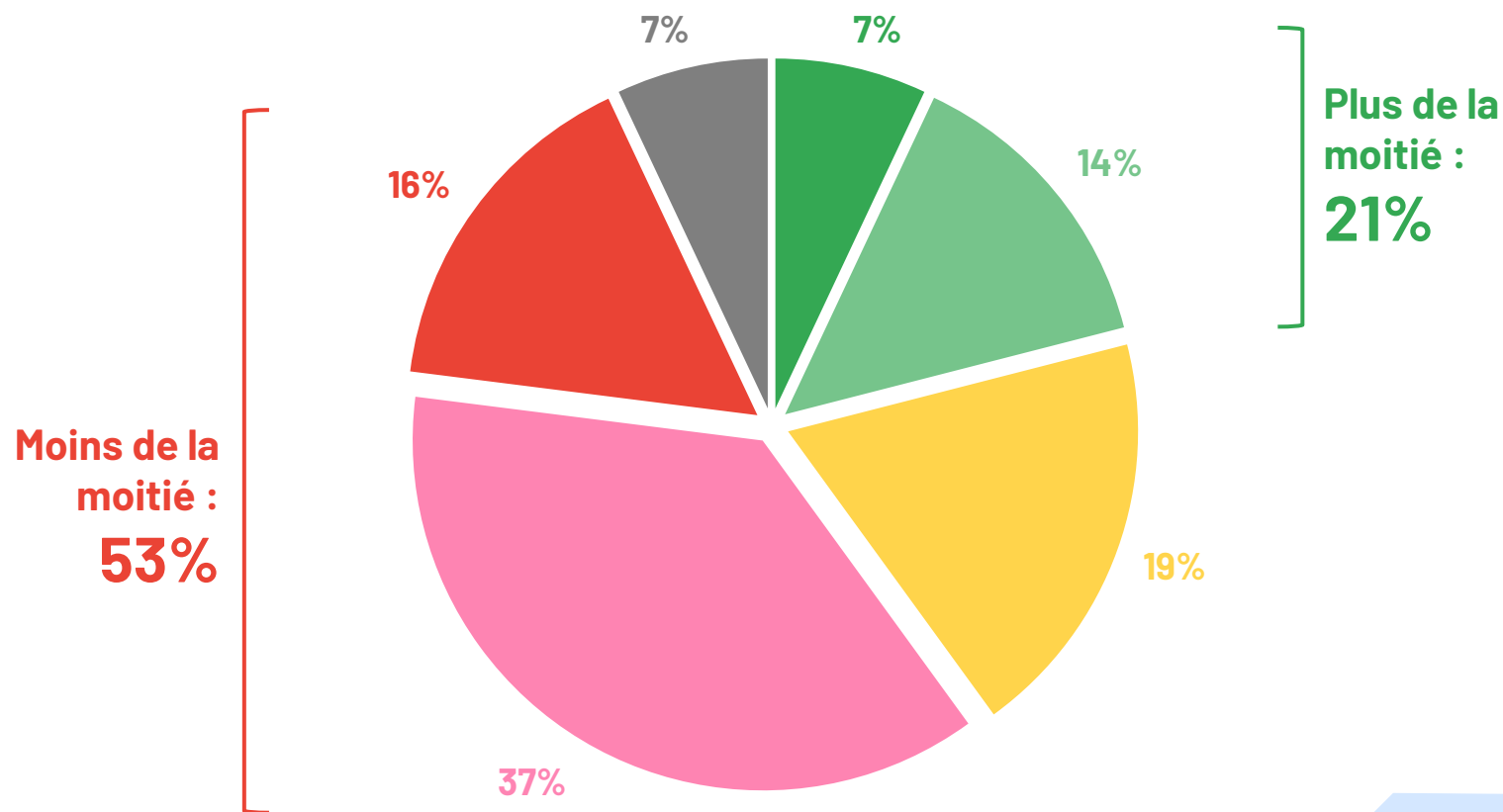
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi n'utilisant pas l'IA dans le cadre professionnel (France)

MÊME PARMI LES UTILISATEURS DE L’IA, PLUS D’UN ACTIF SUR DEUX PENSE QU’ELLE NE PEUT LES AIDER QUE SUR UNE MINORITÉ DE LEURS TÂCHES

Parmi les salariés qui utilisent actuellement l’IA dans le cadre professionnel, seule une minorité (21%) pense que ces outils peuvent les aider pour plus de la moitié de leurs tâches. Ce sentiment est là aussi plus fort chez les jeunes salariés (27%) que chez les seniors (10 %). En revanche, un peu plus d’un utilisateur sur deux de l’IA (53%) estime encore à ce stade qu’elle ne peut les aider que pour moins de la moitié de leurs tâches professionnelles.

Ces éléments confirment que l’acculturation à l’IA et à ses possibilités reste limitée, même parmi les salariés qui l’utilisent.

■ Toutes ou presque ■ Plus de la moitié ■ Environ la moitié ■ Moins de la moitié ■ Aucune ou presque ■ Ne sait pas



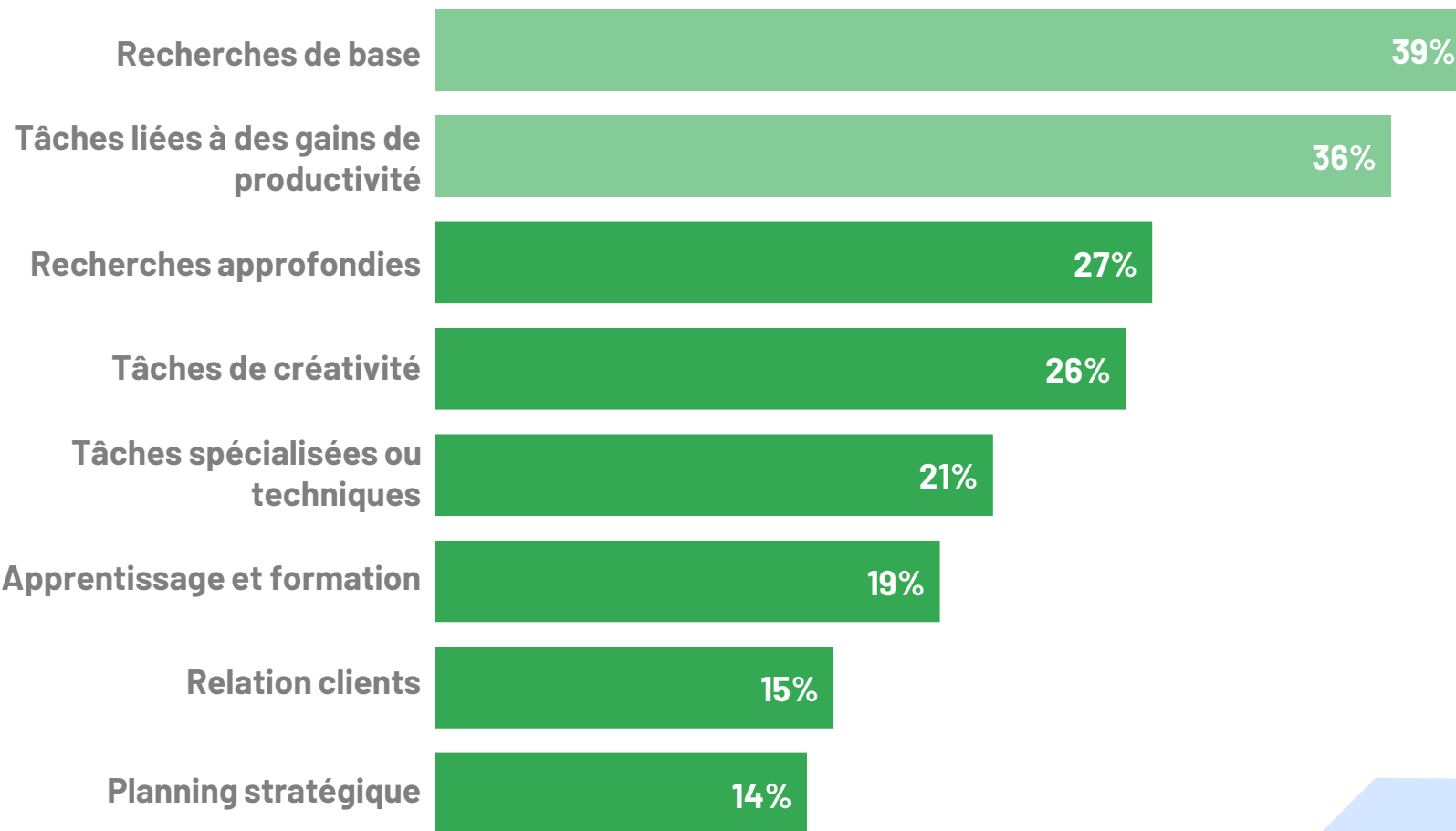
Question : « Pour quelle proportion de vos tâches professionnelles diriez-vous que l’IA peut vous aider ? » (une seule réponse)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi utilisant l’IA dans le cadre professionnel (France)

UNE UTILISATION PROFESSIONNELLE DE L’IA QUI EST AVANT TOUT CENTRÉE SUR DES TÂCHES D’ASSISTANCE

Parmi les actifs qui utilisent l’IA pour des tâches liées à leur travail, l’utilisation de ces outils reste encore basique et avant tout centrée sur des tâches d’assistance : recherche d’informations « de base » (39%) et tâches liées à des gains de productivité, comme la rédaction ou la synthèse de textes (36%).

En revanche, les tâches à plus forte valeur ajoutée comme les recherches approfondies (27%), la créativité (26%), les tâches techniques ou spécialisées (21%) ou encore l’apprentissage et la formation (19%) figurent parmi les usages moins fréquemment exploités par les salariés.



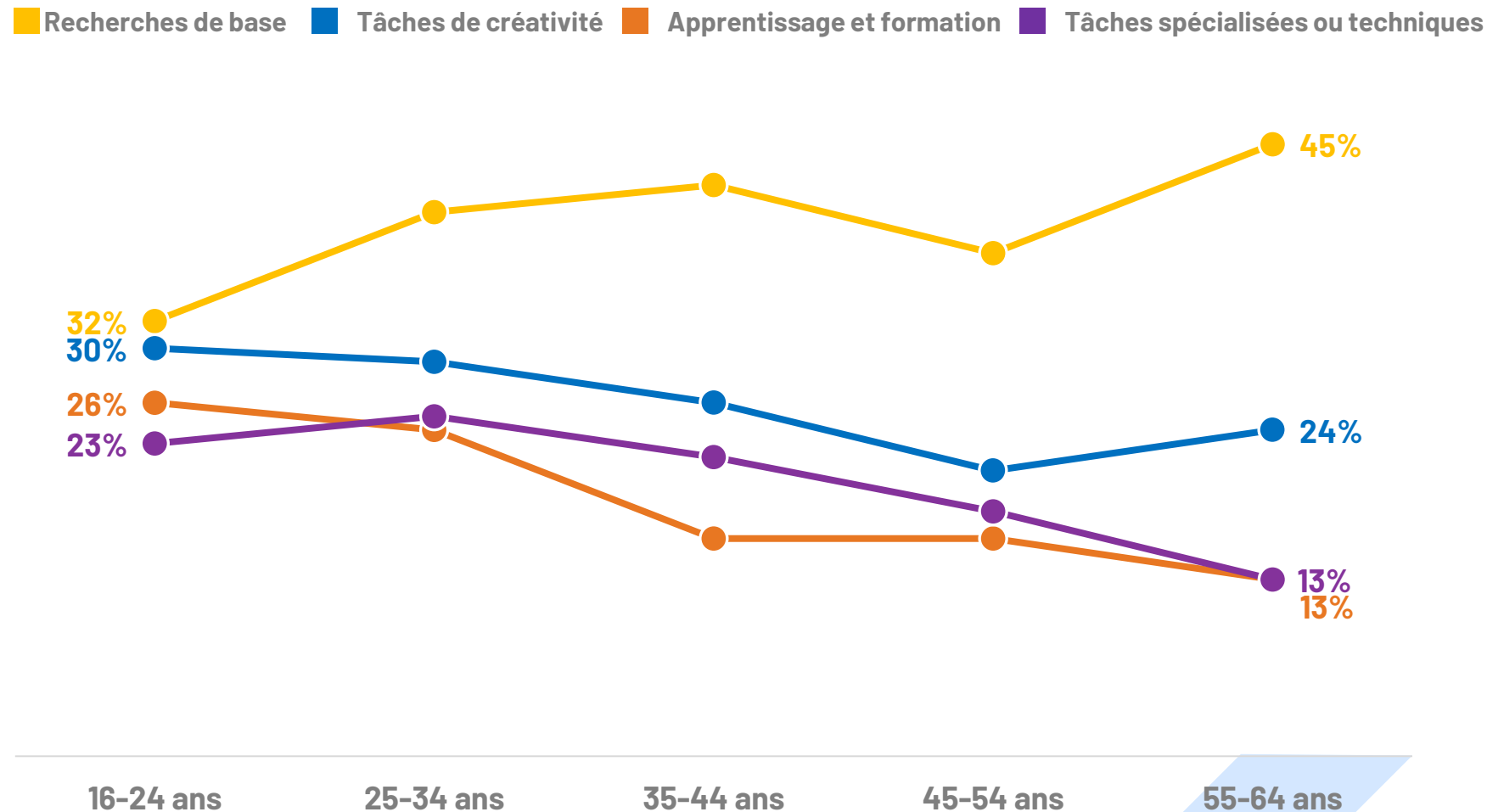
Question : « Pour lesquelles des tâches suivantes utilisez vous des outils d’IA dans le cadre professionnel ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi utilisant l’IA dans le cadre professionnel (France)

LES JEUNES ACTIFS SONT PLUS ENCLINS À UTILISER LE PLEIN POTENTIEL DE L’IA DANS LEURS TÂCHES PROFESSIONNELLES

L’utilisation de l’IA au travail varie fortement selon l’âge : alors que les utilisateurs seniors se concentrent largement sur les usages les plus basiques comme les recherches « de base » au détriment des autres possibilités plus avancées, les salariés plus jeunes font preuve de davantage d’imagination.

Parmi les actifs de moins de 25 ans, 30% utilisent ainsi l’IA pour des tâches de créativité, soit 6 points de plus que les seniors. L’écart est encore plus fort pour les tâches spécialisées ou techniques (23%, soit 10 points d’écart) ou pour l’apprentissage ou la formation (26%, 13 points d’écart).



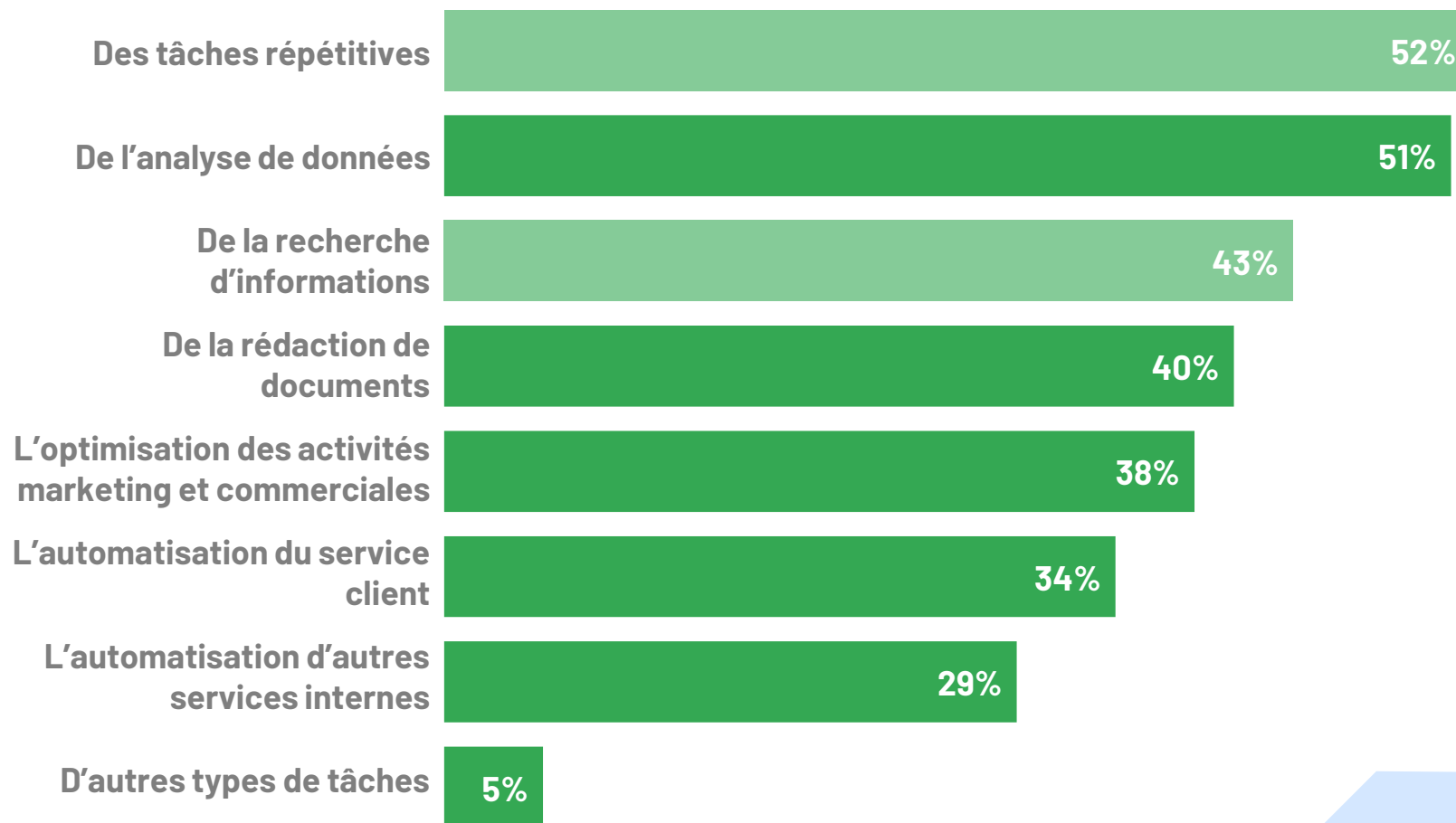
Question : « Pour lesquelles des tâches suivantes utilisez vous des outils d’IA dans le cadre professionnel ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi utilisant l’IA dans le cadre professionnel (France)

LE REGARD PORTÉ PAR LES CADRES DIRIGEANTS SUR L’UTILISATION DE L’IA EN ENTREPRISE CONCORDE AVEC CELUI DES SALARIÉS

Bien qu’ils aient une appréciation plus complète des possibilités de l’IA, les cadres dirigeants rejoignent globalement les salariés à propos de l’utilisation qui est actuellement faite des outils d’intelligence artificielle dans les entreprises.

Ils sont plus d’un sur deux (52%) à dire que l’IA est utilisée pour effectuer des tâches répétitives, la recherche d’informations (43%) arrivant en troisième position. Les tâches à plus forte valeur ajoutée, sans être marginales, sont néanmoins moins fréquemment citées.



Question : « Votre entreprise utilise-t-elle actuellement l’IA pour chacune des tâches suivantes ? » (plusieurs réponses possibles)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d’entreprises du secteur privé (France)

3 Chez les dirigeants de TPE et les auto-entrepreneurs, une marge de progression importante, mais un potentiel réel

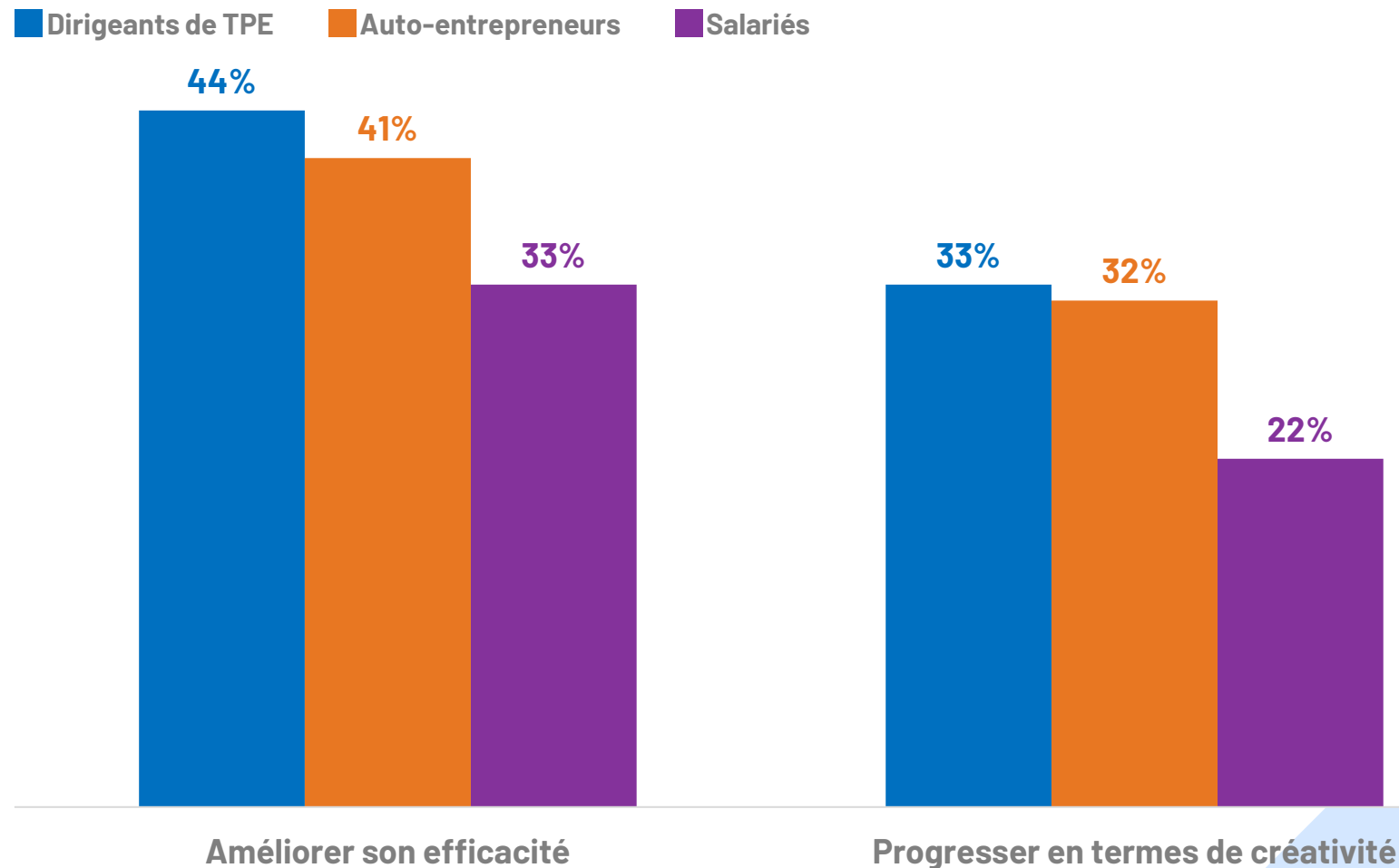


« On peut vraiment faire beaucoup de business avec l'IA... mais si on s'en sert bien. »

LES DIRIGEANTS DE TPE ET LES AUTO-ENTREPRENEURS ONT UNE MEILLEURE APPRÉHENSION DES SERVICES RENDUS PAR L'IA QUE LES SALARIÉS

Les dirigeants de TPE comme les auto-entrepreneurs sont plus enclins que les salariés à percevoir des bénéfices potentiels de l'usage de l'IA dans leur travail.

Ils sont respectivement 44% et 41% à penser que l'utilisation de l'intelligence artificielle peut leur permettre d'améliorer leur efficacité, soit significativement plus que les salariés (33%). L'écart est tout aussi important à propos de la créativité : 33% des dirigeants de TPE et 32% des auto-entrepreneurs voient dans l'IA un levier majeur pour les faire progresser dans ce domaine, alors que ce chiffre n'est que de 22% parmi les salariés.



Question : « Quels seraient selon vous les principaux bénéfices potentiels de l'utilisation de l'IA dans votre travail ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

UNE ILLUSTRATION DE L'ÉVOLUTION DU RAPPORT À L'IA ET DE SON IMPACT PROFESSIONNEL : LE CAS D'UNE AUTO-ENTREPRENEUSE DANS LA PÂTISSERIE

Avant : une auto-entrepreneuse isolée

- Une auto-entrepreneuse seule dans son activité et souffrant de cet isolement professionnel
- Des difficultés en termes de marketing
- Des difficultés dans la gestion administrative et financière
- Un manque de structuration



« Avant, il y a beaucoup de choses que je n'aurais pas fait. Oui, en termes de développement commercial, du coup, c'est vraiment une aide pour croître. »

Apprentissage : une formation informelle mais intensive

- La découverte autodidacte de l'IA, avant tout par curiosité personnelle et dans des usages privés
- Le passage du scepticisme à l'enthousiasme vis-à-vis de l'outil
- Une appropriation progressive de l'IA, par la pratique



« Ça a été commencé en perso. Je me suis dit, allez, on arrête de redouter l'IA, on y va. Au début, je parlais en me disant que de toute façon, c'est plein de bêtises, c'est plein d'erreurs, ce n'est pas fiable. Et en fait, je me suis rendu compte que c'était plutôt fiable. Et le jour que j'ai commencé à parler de mon entreprise, comme ça un soir, et j'ai vu qu'il m'a commencé à me lancer des logos. »

Après : une approche business totalement remodelée

- Des créations marketing efficaces et enthousiasmantes qui permettent un début « d'identité de marque »
- Une gestion beaucoup plus stratégique de son entreprise
- Une appropriation de l'aspect de planification opérationnelle

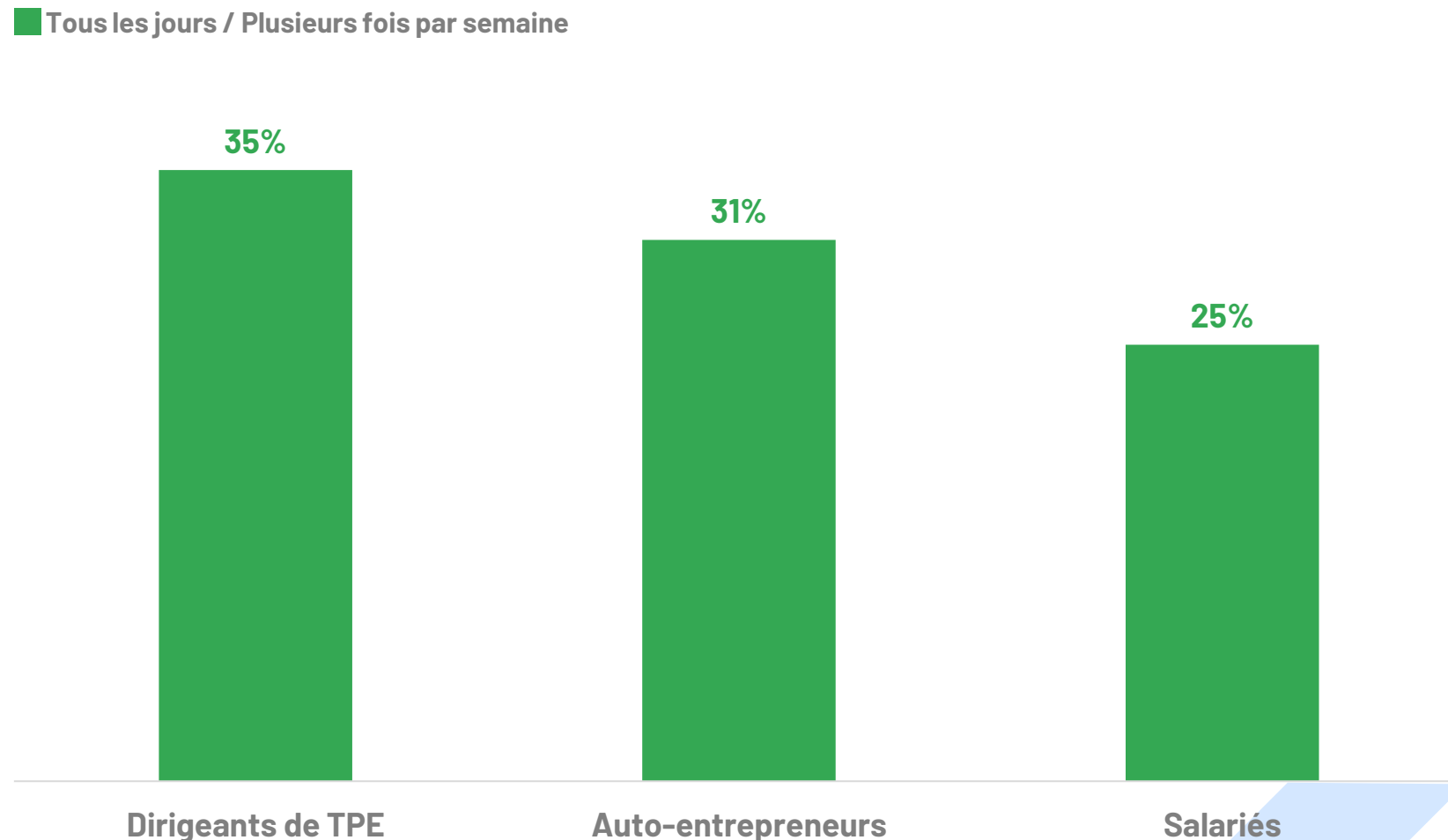


« Alors moi j'ai vraiment tendance à avoir 36 000 idées dans la tête au fur et à mesure. Et du coup, ça me permet de me recentrer, et puis surtout d'organiser aussi mes idées et même de me faire vraiment un plan de développement à court terme et aussi à plus long terme. »

EN CONSÉQUENCE, ILS UTILISENT DAVANTAGE L'IA DANS LEUR TRAVAIL QUE LES SALARIÉS

Dans ce contexte de meilleure perception des bénéfices apportés par l'IA, l'utilisation fréquente des outils d'intelligence artificielle (tous les jours ou plusieurs fois par semaine) pour des tâches de nature professionnelle est logiquement plus fréquente chez les auto-entrepreneurs (31%), et tout particulièrement chez les dirigeants de TPE (35%).

En comparaison, parmi l'ensemble des salariés, ce chiffre tombe à 25% (cf. page 30).



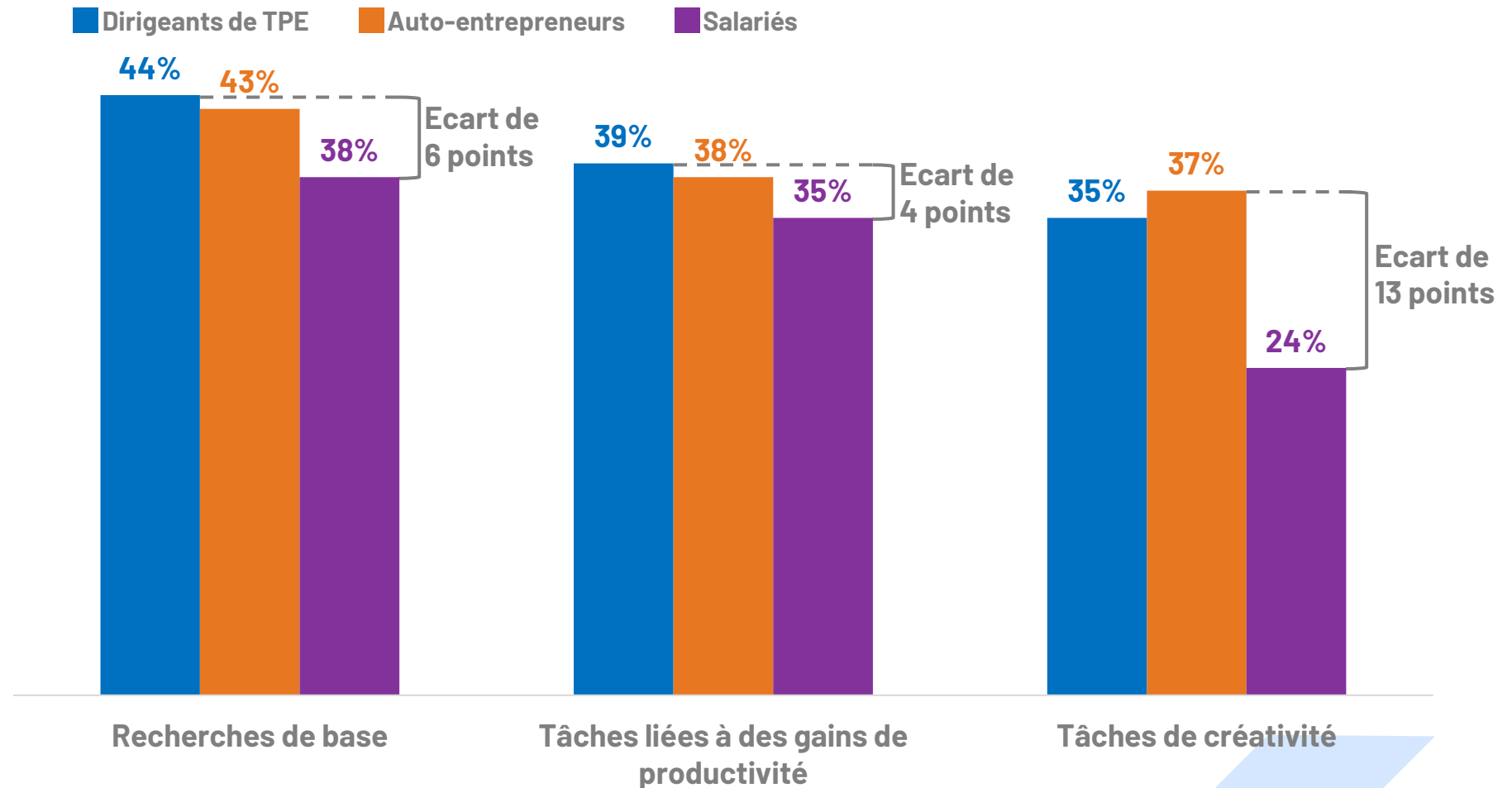
Question : « Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des chatbots IA ou d'autres outils d'IA tels que des générateurs d'images ou des assistants intelligents dans... ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

C’EST SURTOUT SUR LES TÂCHES À FORTE VALEUR AJOUTÉE QUE LEUR FRÉQUENCE D’UTILISATION DE L’IA EST PLUS FORTE QUE CELLE DES SALARIÉS

Les dirigeants de TPE et les auto-entrepreneurs utilisent un peu plus les outils d’intelligence artificielle que les salariés sur des tâches basiques, telles que la recherche d’informations simples ou les tâches liées à des gains de productivité.

Mais c’est notamment sur les tâches à forte valeur ajoutée que leur meilleure appréhension des bénéfices induits par l’utilisation de l’IA crée un différentiel significatif : 35% des dirigeants de TPE et 37% des auto-entrepreneurs se servent de ces outils à des fins de créativité, soit plus de 10 points de plus que les salariés (24%).



Question : « Pour lesquelles des tâches suivantes utilisez vous des outils d’IA dans le cadre professionnel ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi utilisant l’IA dans le cadre professionnel (France)

DES DIRIGEANTS DE TPE ET DES AUTO-ENTREPRENEURS QUI ONT SOUVENT UNE UTILISATION AVANCÉE DE L'IA

Analyser

Cette utilisation de l'IA est **moins répandue**, souvent liée à **un besoin précis et ponctuel**. Elle vise le plus souvent soit à **solliciter un diagnostic** d'après des éléments fournis (allant de l'analyse de bilans financiers à celle de pannes de matériel), soit à **analyser un marché** (étude, prospection...).

Dans ce domaine, l'IA est perçue comme **une aide appréciable mais rarement décisive**.



« Je lui ai déjà demandé quelles sont les tendances dans les burgers autour du monde. C'est-à-dire qu'il m'a proposé plusieurs burgers qui étaient des best-sellers dans chaque pays. Du coup, ça me donne un peu d'idées en tant que cuisinier. »

Créer

Les profils les plus familiers de l'IA peuvent l'utiliser dans **leurs processus de création**, notamment dans les domaines artisanaux. L'IA peut servir de **source d'inspiration**, voire même de **partenaire de cocréation** dans lequel elle fait des retours sur des idées de manière itérative jusqu'à l'obtention d'un résultat satisfaisant.

Les **gains de créativité et d'attractivité** sont jugés très significatifs.



« Au début, c'était chercher un logo. Je lui disais que je voulais une ambiance cocooning, santé, florale... Il m'avait proposé 3 visuels. Je disais je veux plutôt ça, etc. Et au fur et à mesure, ces visuels ont été de plus en plus cohérents avec ce que je voulais. Jusqu'à trouver vraiment. »

Gérer

Certains des individus les plus acculturés à l'IA s'en servent comme **un outil de soutien à la stratégie de l'entreprise** en termes **de gestion financière, de planification et de projection** (suivi de *business plan*), malgré des **craintes réelles sur la confidentialité des données**.

Le **gain de temps, mais aussi d'expertise** est souvent identifié par les utilisateurs.

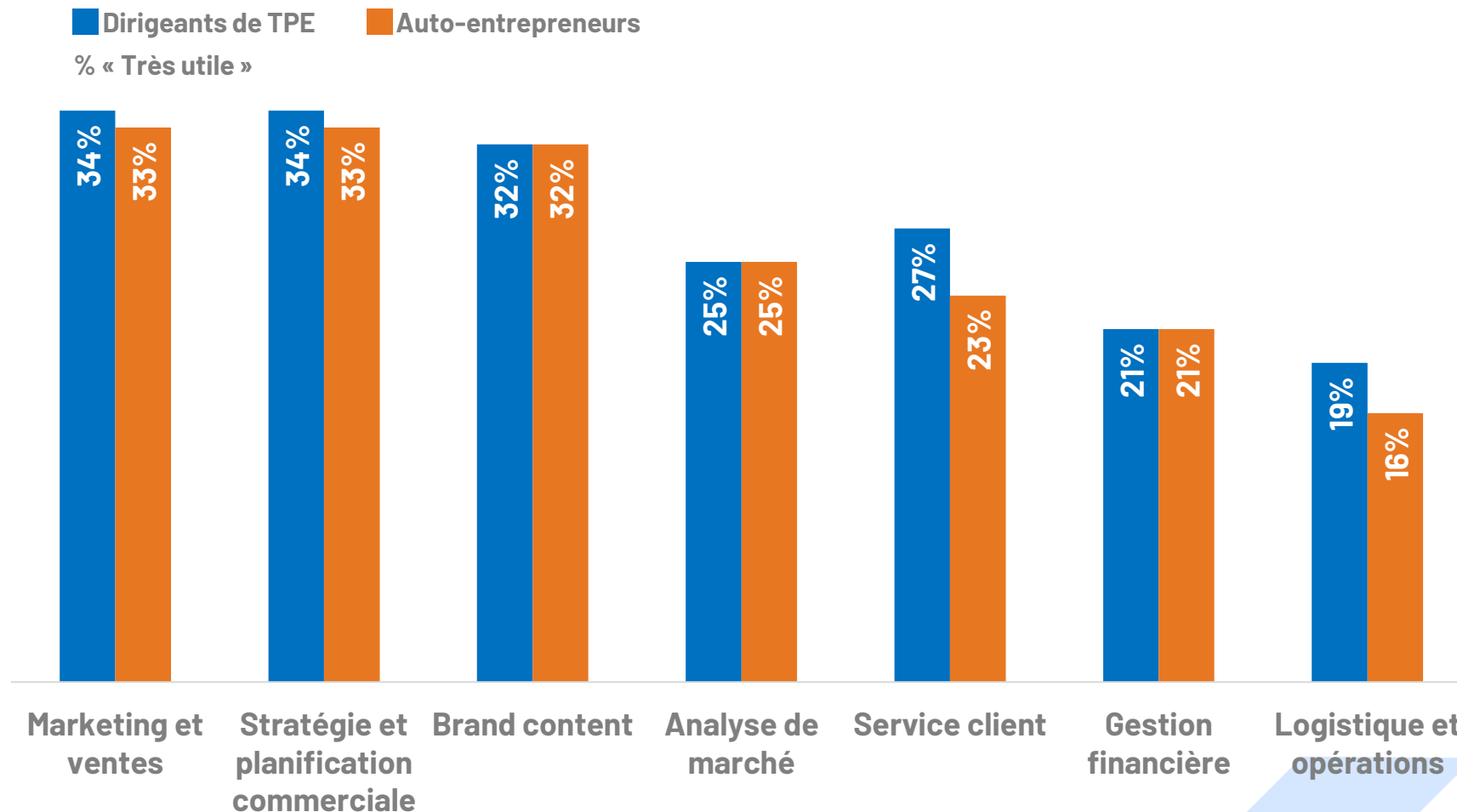


« Voilà le coût de produit, le coût de revient d'un produit. Et il me calcule exactement combien me coûte, par exemple, parce que je fais des financiers, un financier. Et derrière, avec ma marge, je lui dis voilà, ma marge est de tant. Combien je dois le vendre ? »

DANS LE DÉTAIL, DES ATTENTES QUI CONCERNENT DAVANTAGE LE MARKETING ET LA STRATÉGIE QUE LA RELATION CLIENTS OU L'OPÉRATIONNEL

Les dirigeants de TPE aussi bien que les auto-entrepreneurs jugent que l'IA peut s'avérer particulièrement utile sur des dimensions avant tout liées au marketing, au *brand content* ainsi qu'à la stratégie et à la planification commerciale.

Les attentes sont un peu moins fortes sur les dimensions logistiques et opérationnelles, sur la gestion commerciale, mais aussi sur le service client : la relation client doit à leurs yeux avant tout rester basée sur la relation humaine.



Question : « En tenant compte des besoins spécifiques de votre entreprise, dans quelle mesure pensez-vous que l'IA serait utile pour chacune des activités suivantes ? » (une réponse par item)

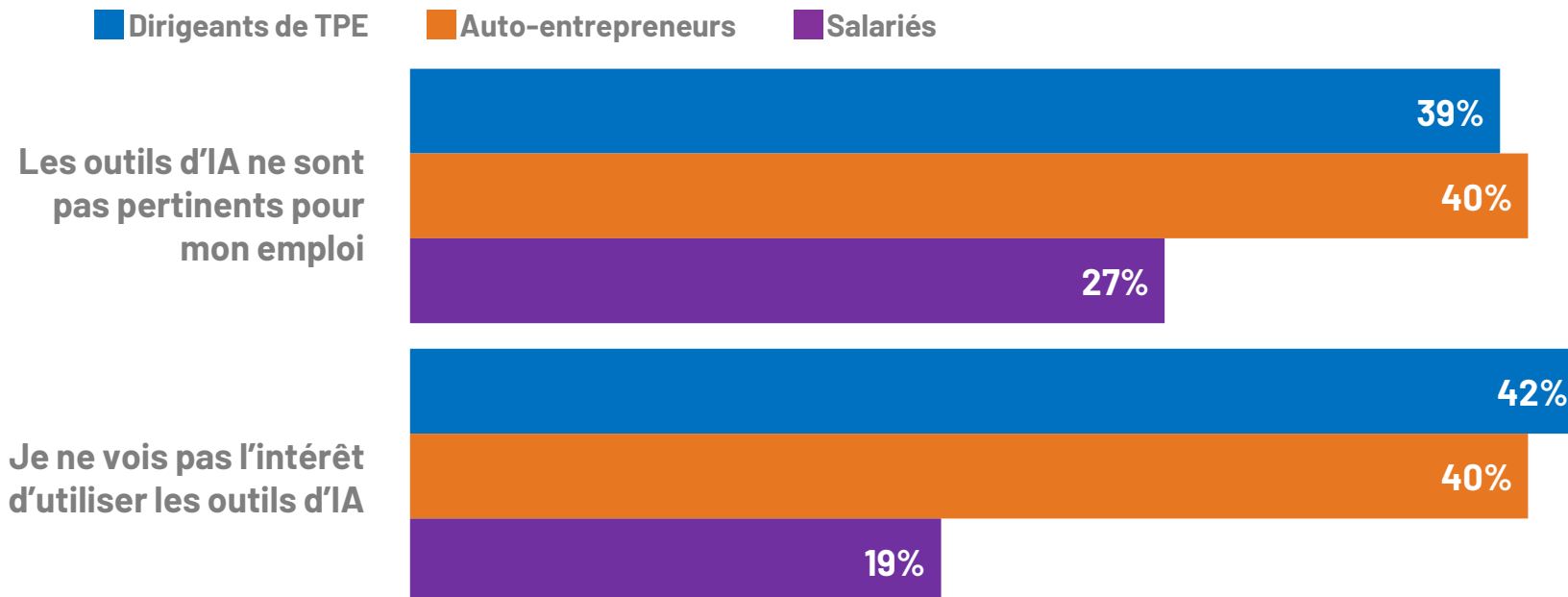
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025

Base : Auto-entrepreneurs et dirigeants de TPE pensant que l'IA peut être utile à leur entreprise (France)

DES RÉTICENCES QUI PERSISTENT CHEZ CERTAINS, NOTAMMENT DANS DES SECTEURS D'ACTIVITÉ OÙ L'IA SEMBLE MOINS DIRECTEMENT UTILE

39% des dirigeants de TPE et 40% des auto-entrepreneurs qui n'utilisent actuellement pas l'IA dans leurs activités professionnelles citent comme principale explication son manque de pertinence perçue pour leur activité, alors que ce chiffre n'atteint que 27% chez les salariés. Le manque d'intérêt est aussi davantage cité par ces deux publics.

Les entretiens qualitatifs montrent que pour certaines catégories d'auto-entrepreneurs, notamment dans les métiers manuels et de la restauration, ce type de frein lié à l'absence de lien perçue entre le travail et les atouts de l'IA est particulièrement répandu.



« En tout cas, pour mon secteur à moi, de mettre une image d'IA d'un plat, je pense que c'est contre-productif au possible. Je pense que les gens, quand on a envie de manger, moi la première, j'ai envie de voir un truc vrai. »



« Ecoutez, moi ayant un métier manuel, je vois bien qu'on a des machines qui nous aident au quotidien, mais je ne pense pas que l'IA puisse faire notre métier manuel. »

Question : « Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas les outils d'IA dans votre travail ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
 Base : Population active en emploi n'utilisant pas l'IA dans le cadre professionnel (France)
 Source : « Zoom sur l'entrepreneuriat et l'adoption de l'IA », Ipsos bva pour Google, 2025
 Base : Auto-entrepreneurs et dirigeants de TPE (France)

PARTIE 3

LES ATTENTES EN MATIÈRE DE FORMATIONS À L'IA

1 Des formations à l'IA encore rares, avec pour corollaire un apprentissage personnel et la montée du « Shadow IA »

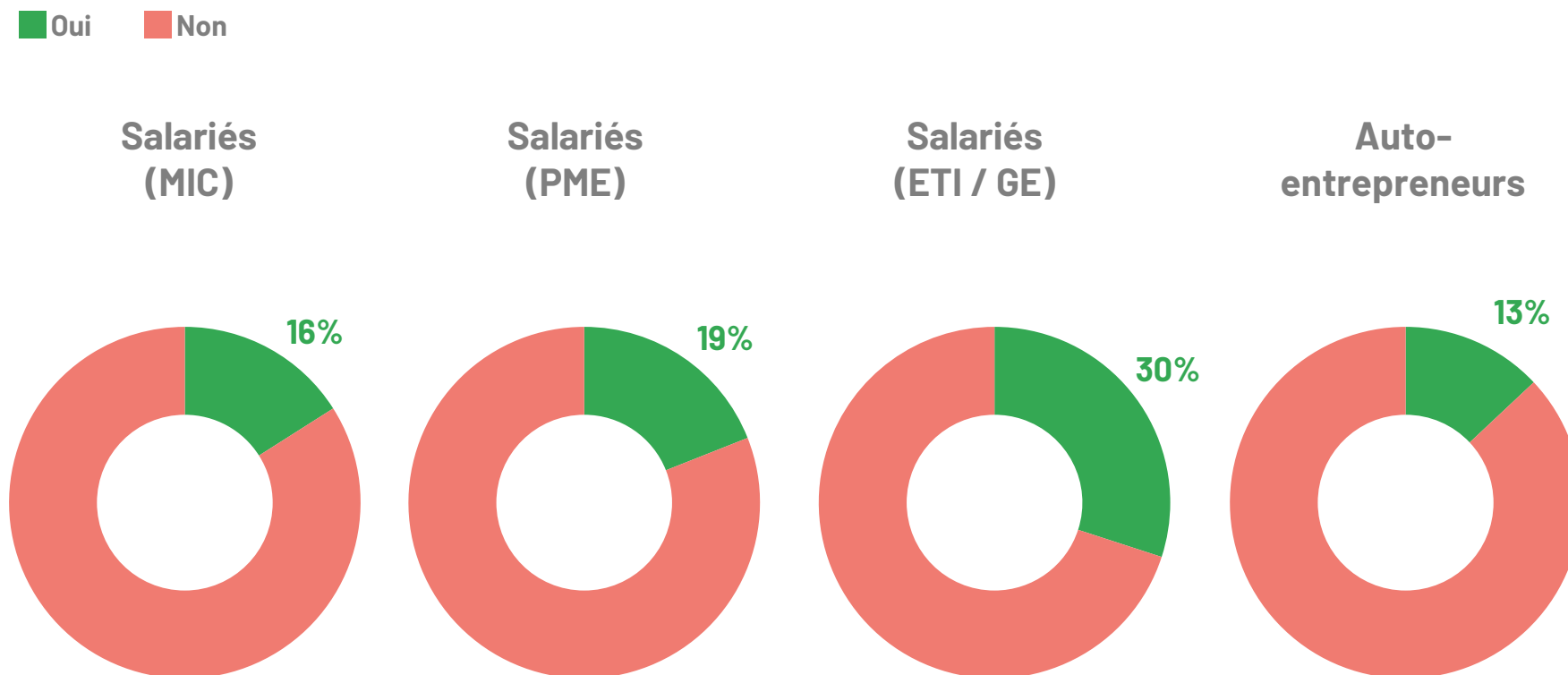


« L'adoption, ça s'est fait naturellement, sans formation particulière. Je suis d'un naturel curieux, donc oui je me suis amusé moi-même à découvrir tout seul, à poser des questions, à tester des visuels, à demander des visuels de plus en plus complexes, etc. »

UNE GRANDE MAJORITÉ DES SALARIÉS COMME DES AUTO-ENTREPRENEURS N'A PAS REÇU DE FORMATION PROFESSIONNELLE À L'IA

Seuls 21% des salariés déclarent avoir déjà reçu une ou plusieurs formations professionnelles à l'IA, avec des écarts majeurs en fonction de la taille de l'entreprise : le taux de formation monte à 30% dans les entreprises de plus de 500 salariés, alors qu'il n'est que de 16% dans les micro-entreprises (moins de 10 salariés).

Le constat est encore plus inquiétant parmi les auto-entrepreneurs : seuls 13% des actifs appartenant à cette catégorie ont déjà reçu une formation professionnelle à l'IA au cours de leur carrière.



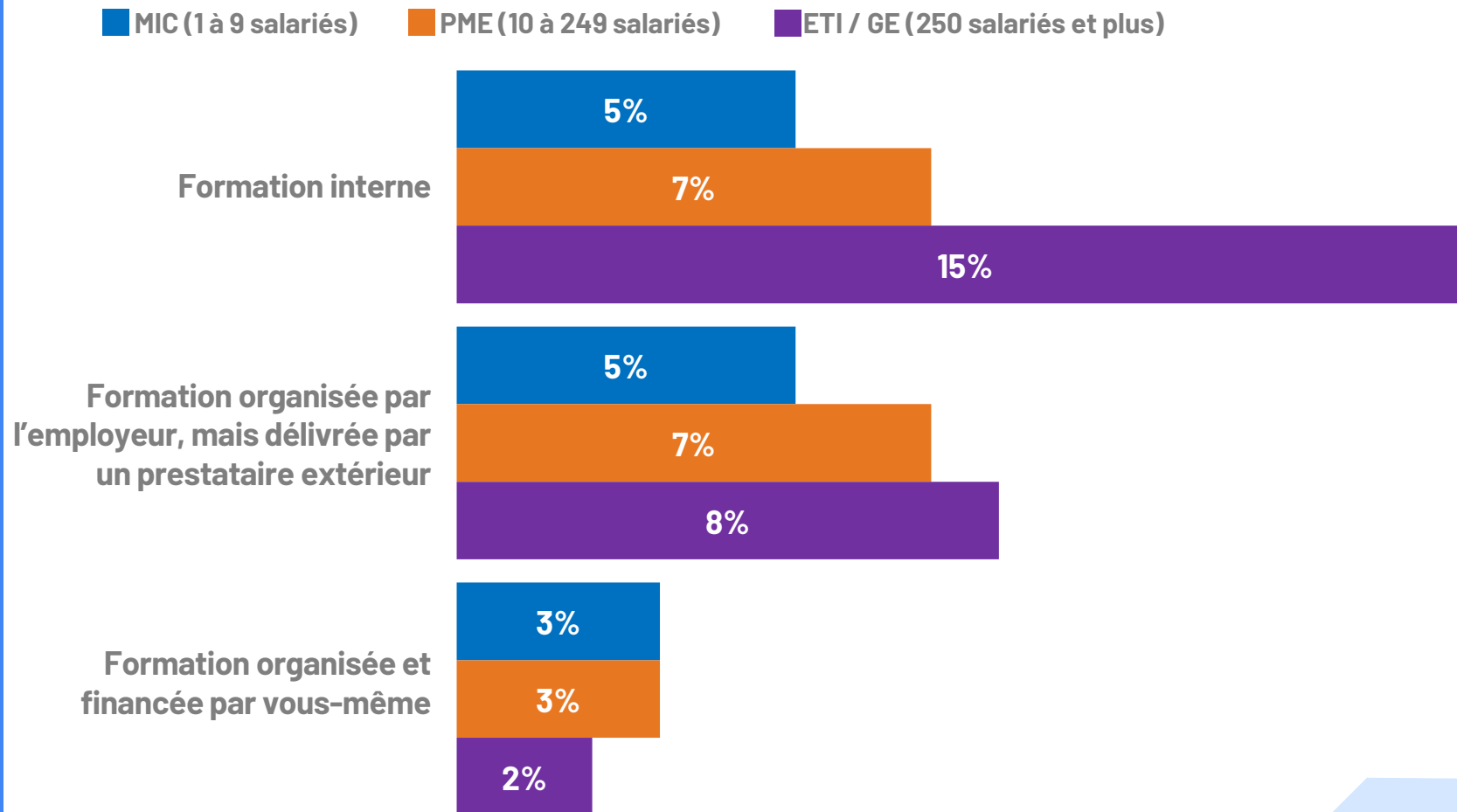
Question : « Avez-vous déjà reçu une formation à l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle dans le cadre de votre travail ? »
(une réponse possible)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

LA PLUPART DES FORMATIONS À L’IA REÇUES PAR LES SALARIÉS SONT ORGANISÉES PAR LEUR ENTREPRISE

La minorité de salariés qui a bénéficié d’une formation à l’IA l’a reçue directement de la part de leur entreprise. C’est tout particulièrement le cas pour les salariés des ETI et GE, que ce soit grâce à un formateur issu directement de leur entreprise (15%) ou grâce à un prestataire extérieur (8%). Dans les entreprises de moins de 10 salariés, ces chiffres ne sont en revanche que de 5% dans les deux cas.

Au total, seuls 3% des salariés ont bénéficié d’une formation à l’IA organisée et financée par eux-mêmes. On retrouve davantage ce cas de figure chez les plus jeunes : 11% chez les moins de 25 ans, contre 2% dans les catégories d’âge supérieures à 35 ans.



Question : « Avez-vous déjà reçu une formation à l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle dans le cadre de votre travail ? »
(une réponse possible)

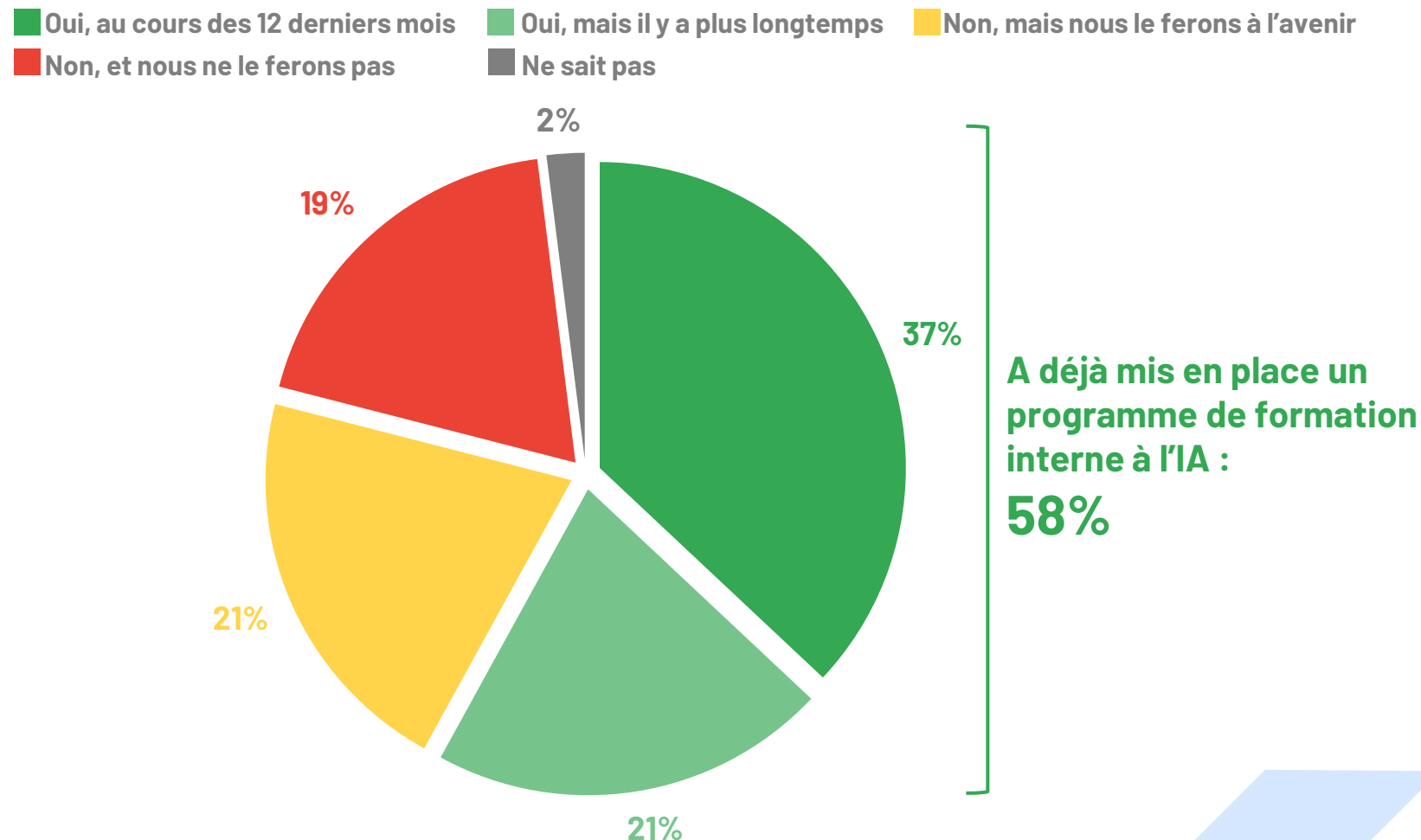
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

EN REVANCHE, PLUS DE LA MOITIÉ DES CADRES DIRIGEANTS DISENT QUE LEUR ENTREPRISE PROPOSE DE FORMATIONS SUR L'IA À SES SALARIÉS

Ces chiffres auprès des salariés révèlent un écart considérable avec les ambitions affichées par les entreprises : 58% des cadres dirigeants disent avoir mis en place des formations à l'IA dans leur entreprise, et 21% envisagent de le faire à l'avenir.

La différence avec la perception des salariés s'explique sans doute par le fait que les formations à l'IA, si elles peuvent effectivement être proposées, ne concernent pas tous les collaborateurs ou ne sont pas perçues comme intéressantes ou pertinentes.

A noter que la part de cadres dirigeants disant que leur entreprise a mis en place des formations à l'IA (58%) est dans la moyenne européenne.



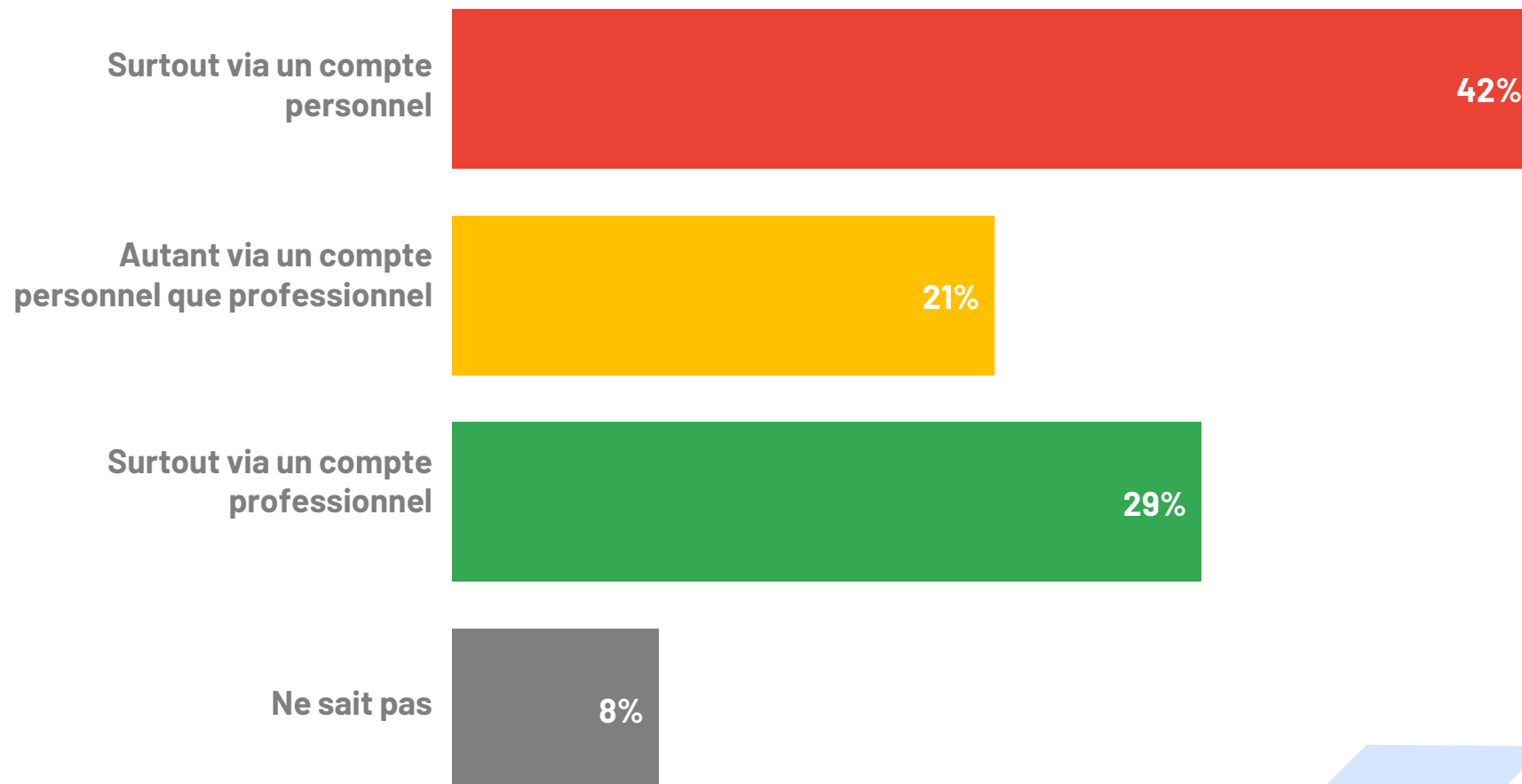
Question : « Parmi les actions suivantes, lesquelles votre entreprise a-t-elle mises en œuvre au cours des 12 derniers mois ? La mise en place de programmes de formation interne axés spécifiquement sur les compétences en IA. » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

UNE ABSENCE DE FORMATIONS QUI ENTRAÎNE LE DÉVELOPPEMENT DE LA « SHADOW IA », UN PHÉNOMÈNE RÉVÉLATEUR D'UNE VOLONTÉ D'UTILISER L'IA

Une majorité de salariés qui utilise l'IA dans le cadre de son travail s'en sert grâce à un compte personnel (42%), ou autant grâce à un compte personnel que professionnel (21%) – seuls 29% utilisent surtout un compte professionnel. Ce phénomène d'utilisation prioritaire de son compte personnel pour accéder aux outils d'IA est sensiblement moins répandu dans les entreprises les plus digitalisées (34%) ou dans les ETI / GE (35%), mais même dans ce type de contexte, il reste très significatif.

Néanmoins, la « Shadow IA » révèle l'intérêt des salariés pour l'IA et la volonté de davantage l'utiliser dans le cadre professionnel.



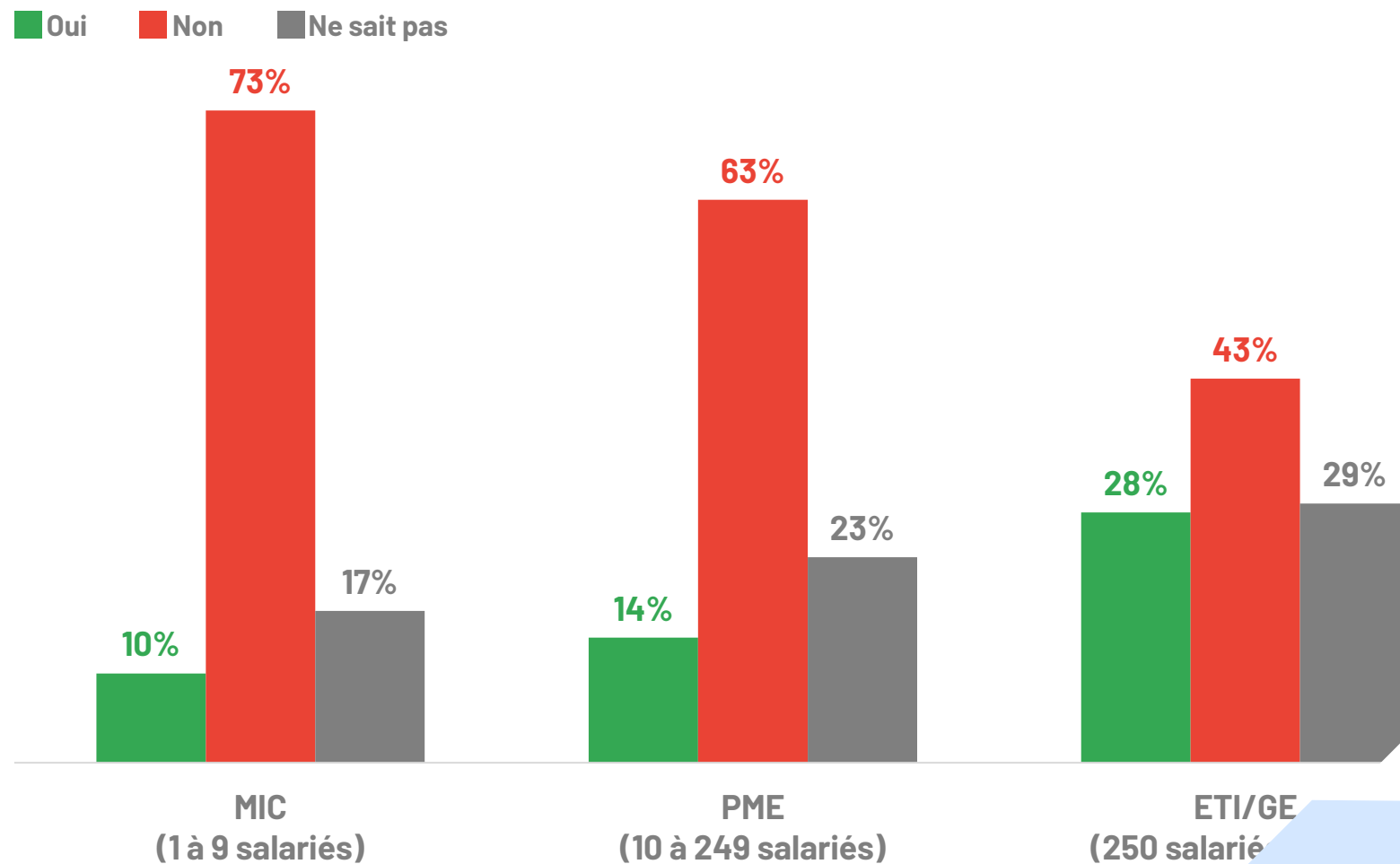
Question : « Lorsque vous utilisez l'IA dans le cadre de votre travail, accédez-vous aux outils d'IA avant tout via votre compte personnel ou via un compte d'entreprise ou professionnel fourni par votre employeur ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi utilisant l'IA dans le cadre professionnel (France)

SEULE UNE PETITE MINORITÉ D’ENTREPRISES A ADOPTÉ DES RÈGLES D’UTILISATION DE L’IA QUI SONT CONNUES DES SALARIÉS

Seuls 14% des salariés déclarent que leur entreprise a adopté une réglementation interne visant à encadrer l’utilisation de l’IA. 60% affirment au contraire que leur entreprise n’a pas mis en place ce type de politique interne, et 25% des salariés ne savent pas si c’est le cas ou non.

Sans surprise, les grandes entreprises sont plus enclines à avoir établi ce type de réglementation. Néanmoins, même au sein des structures de 250 salariés (ETI / GE), ce cas de figure reste très minoritaire : 28% des entreprises de ce type ont mis en place des règles d’utilisation de l’IA, contre 43% qui ne l’ont pas fait.



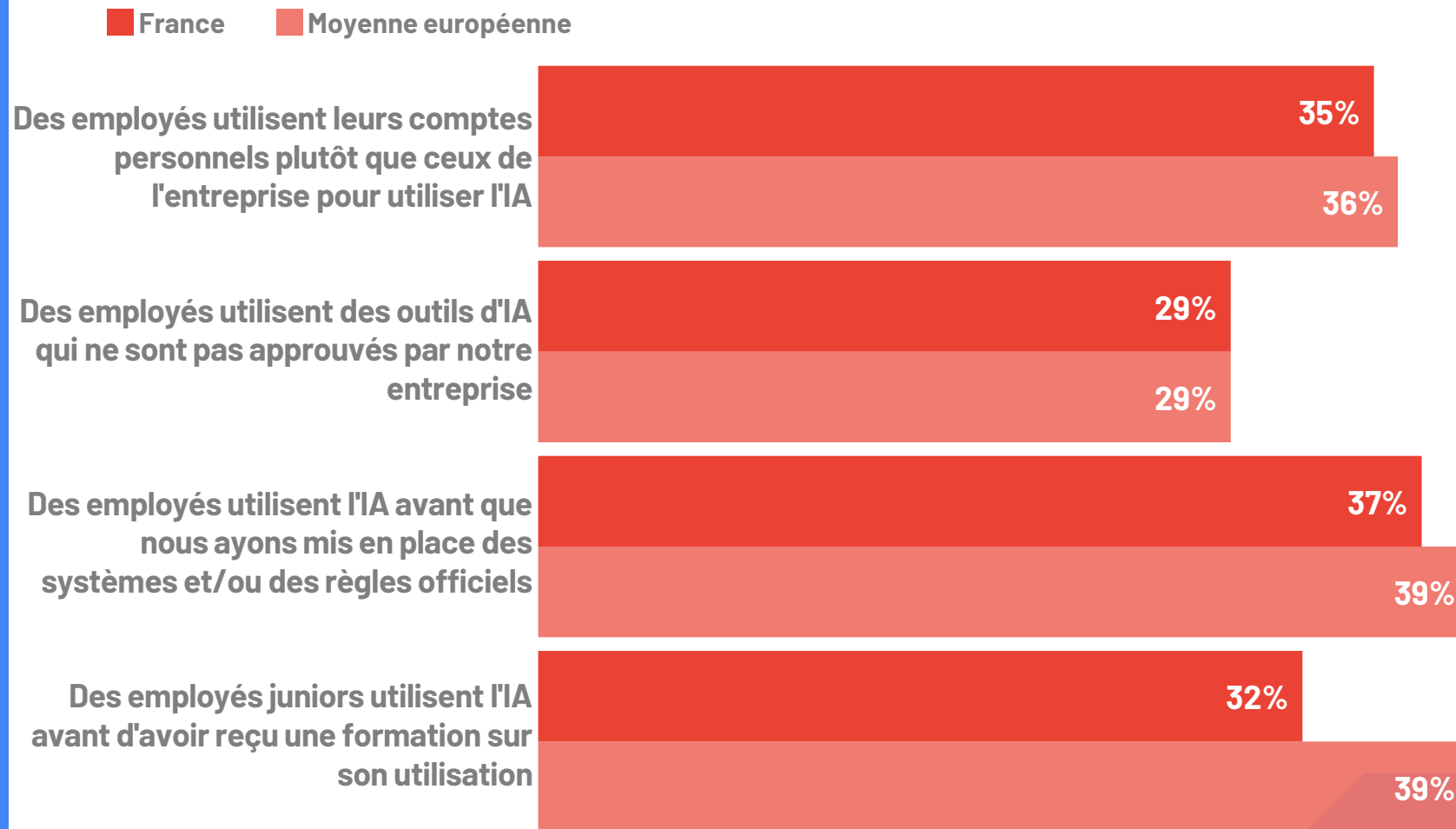
Question : « Votre employeur/ancien employeur a-t-il mis en place une politique relative à l'utilisation de l'IA au travail ? » (une seule réponse)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

LES CADRES DIRIGEANTS ONT CONSCIENCE DU DÉVELOPPEMENT DE CE PHÉNOMÈNE DE « SHADOW IA » DANS LEURS ENTREPRISES

L’usage d’outils d’IA non encadrés est largement constaté par les cadres dirigeants d’entreprises. 29% d’entre eux ont noté que certains employés utilisaient des outils d’IA qui n’étaient pas approuvés par l’entreprise. Par ailleurs, 35% des cadres dirigeants ont conscience du fait que certains employés utilisent leurs comptes personnels plutôt que ceux de l’entreprise dans leur usage professionnel de l’IA.

Interrogés sur la proportion de salariés concernés par ce type de pratiques, un tiers des cadres (34%) estiment que cela touche plus d’un salarié sur dix – une situation que l’on retrouve davantage dans les grandes entreprises.



Question : « Pour chacune des situations suivantes, a-t-elle déjà eu lieu au sein de votre entreprise ? » (une réponse par item)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025

Base : Cadres dirigeants d’entreprises du secteur privé (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Rép. Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Suède)

2 Pour les salariés, un besoin de formations concrètes, appuyées sur des acteurs identifiés

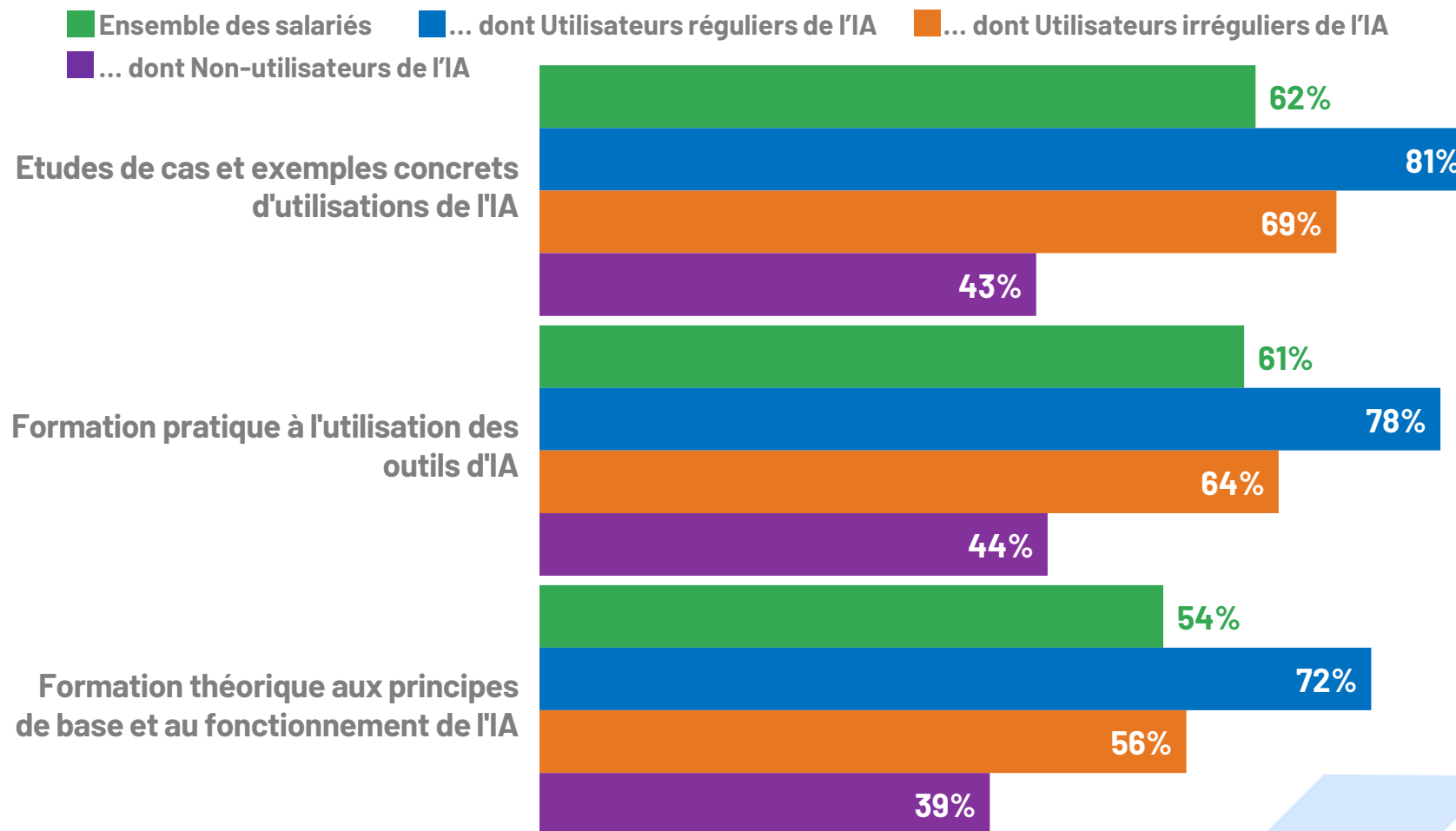


« Avoir quelqu'un qui l'utilise au quotidien pour expliquer vraiment des cas concrets [...], je pense que c'est pas mal. Comme ça, ça permet de voir la vraie vie. »

CHEZ LES SALARIÉS, UN BESOIN DE FORMATIONS À L’IA AVANT TOUT APPUYÉ SUR DES CAS D’USAGES PRATIQUES ET CONCRETS

Les salariés plébiscitent l’idée de formations professionnelles à l’IA qui s’ancrent dans leurs pratiques quotidiennes. Ils sont ainsi 62% à souhaiter des formations proposant des études de cas et des exemples concrets d’utilisation de l’IA, et 61% à en vouloir qui aborderaient des aspects pratiques liés à l’utilisation des outils d’IA.

Sans surprise, les utilisateurs réguliers de l’IA sont plus enthousiastes, mais on constate que les utilisateurs irréguliers se montrent aussi très intéressés par ces différents types de contenus. Une minorité très substantielle de non-utilisateurs pourrait aussi y voir un intérêt.



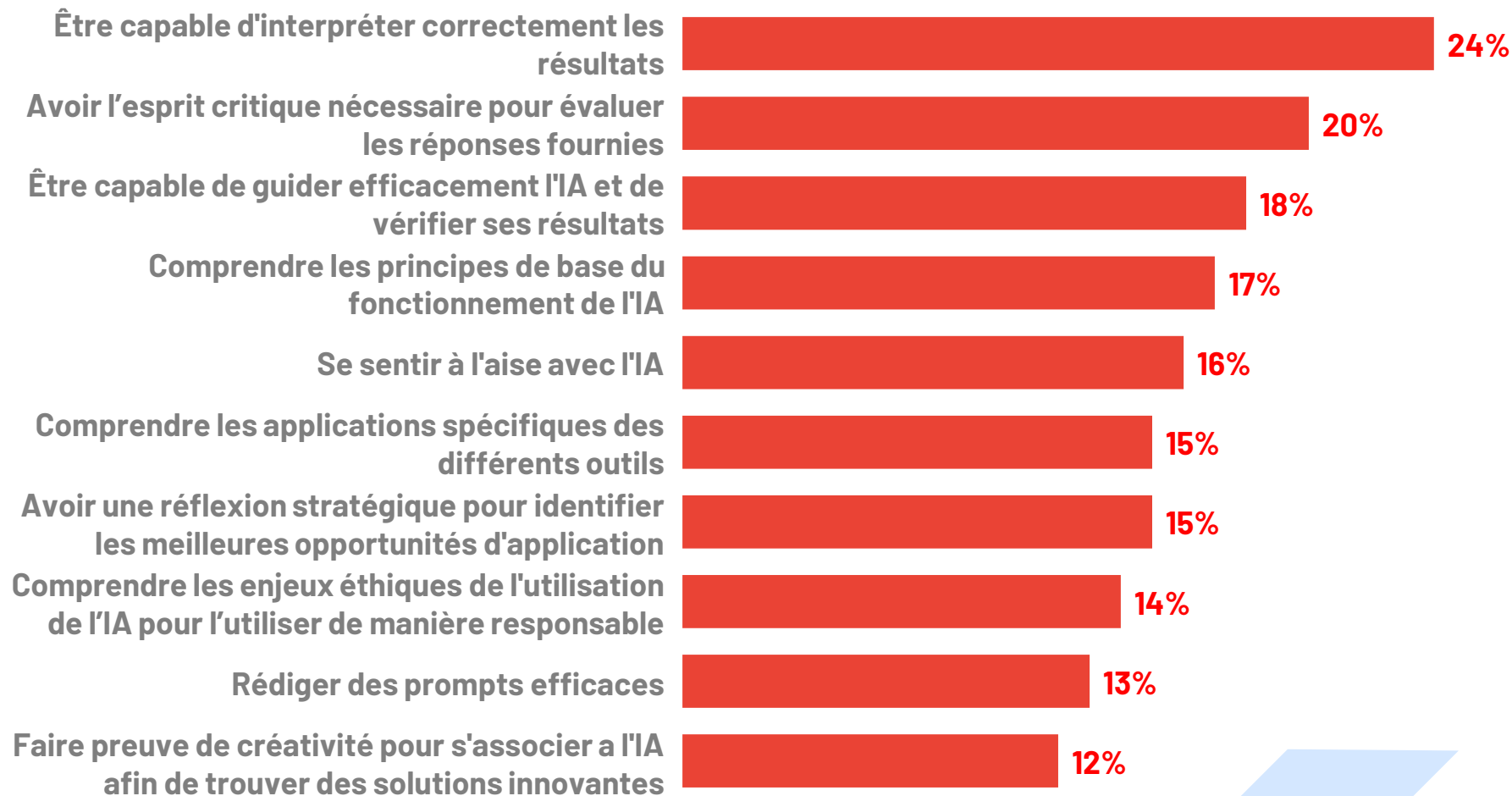
Question : « Si une formation pertinente était disponible, dans quelle mesure seriez-vous intéressé par les types de contenu suivants ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

LES SALARIÉS SONT EN DEMANDE DE REPÈRES VISANT À CORRECTEMENT ÉVALUER ET ANALYSER LES RÉSULTATS DE L'IA

Les salariés citent comme principales lacunes dans leurs usages de l'IA leurs difficultés à en interpréter correctement les résultats (24%) et à avoir le recul critique nécessaire sur les réponses fournies (20%), très loin devant des difficultés plus basiques comme le fait de générer des prompts adéquats (13%), ou moins concrètes comme le fait de comprendre le fonctionnement de l'intelligence artificielle (17%).

Les utilisateurs les plus fréquents de l'IA sont ceux qui citent le plus ces éléments (29% dans les deux cas), ce qui confirme leur recul plus important à la fois sur l'outil (cf. page 20) et sur leurs capacités à l'utiliser dans son entièreté.



Question : « En pensant à vos propres compétences, quelles sont selon vous vos plus grandes lacunes en matière d'utilisation efficace de l'IA dans votre travail ? » (trois réponses possibles)

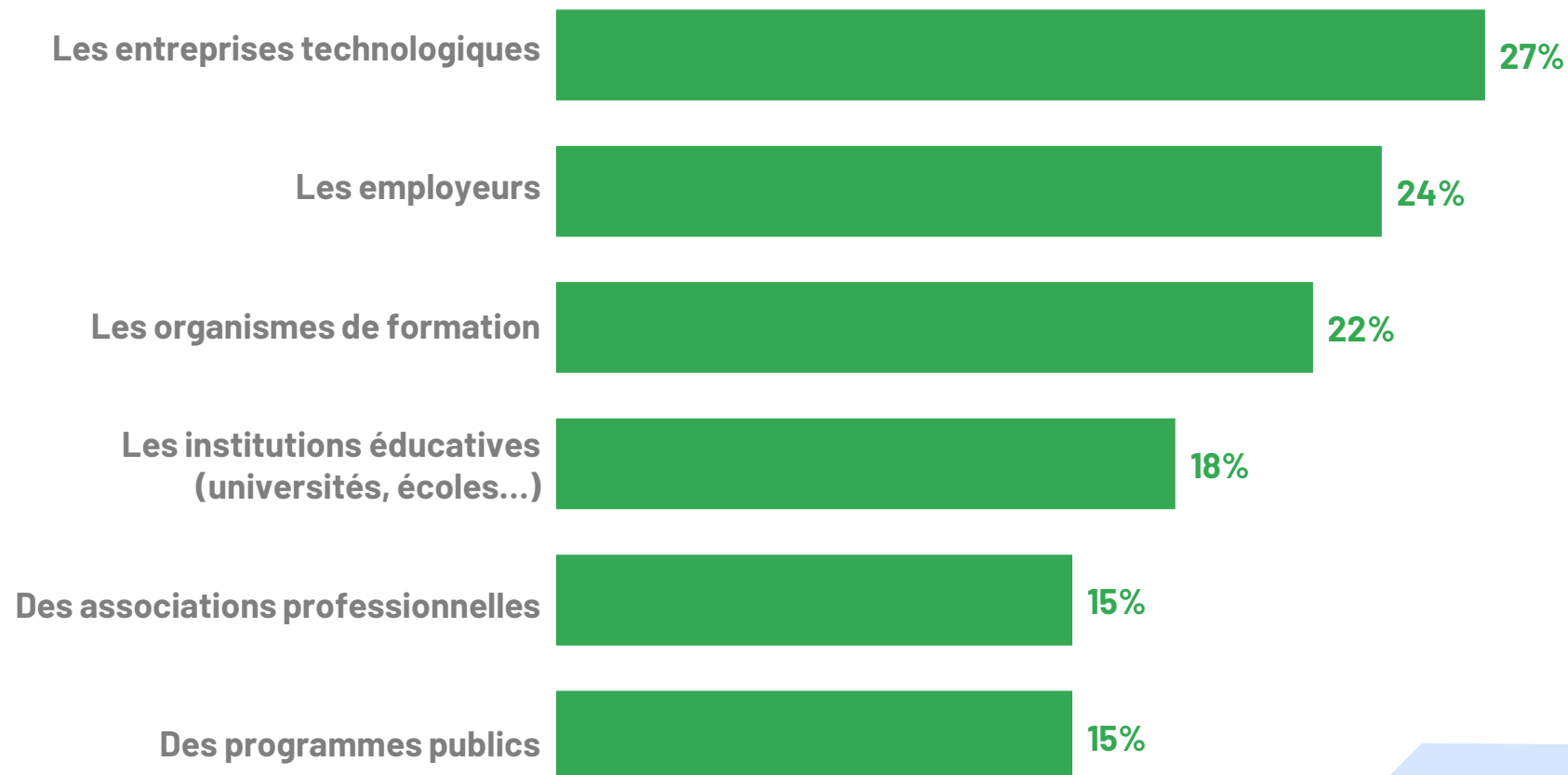
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

UN ACTEUR CLÉ DANS LE SUCCÈS DES FORMATIONS : LES ENTREPRISES TECHNOLOGIQUES

En matière de formation, les salariés estiment que les entreprises technologiques sont les plus crédibles pour les dispenser (27%), devant les employeurs (24%), les centres de formation (22%) ou encore les institutions éducatives (18%).

Cet attrait pour les entreprises technologiques est transversal et concerne aussi bien les salariés des entreprises de plus de 250 salariés que ceux des PME/TPE.

Les auto-entrepreneurs (32%) ainsi que les dirigeants de TPE (34%) sont même plus enclins que la moyenne à se tourner vers les entreprises technologiques.



Question : « Si vous deviez suivre une formation sur l'IA, lequel des acteurs suivants préféreriez-vous pour mettre en place cette formation ? » (trois réponses possibles)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

3 Les formations amplifient à la fois la fréquence d'usage de l'IA et l'employabilité des salariés

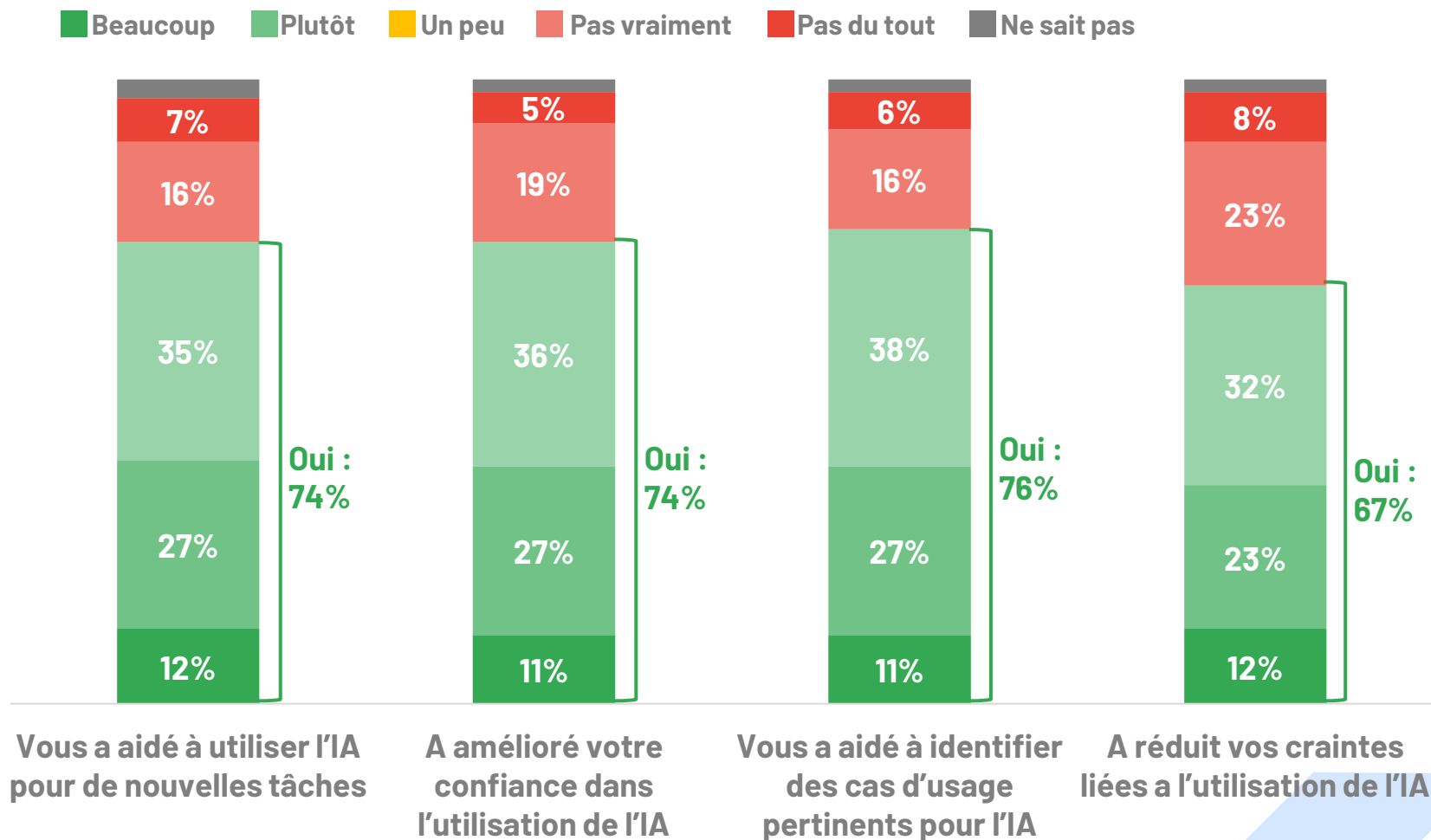


« Je fais des demandes basiques à l'IA parce que je viens de rentrer dedans... je reste quand même novice. Et je pense qu'en faisant une formation, peut-être que ça nous aiderait à faire des choses beaucoup plus pointues. »

L'IMPACT DES FORMATIONS À L'IA : UNE PRISE DE CONFIANCE, ET UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION DES POSSIBILITÉS ET DONC DE L'UTILITÉ DE L'IA

Les travailleurs qui ont suivi une ou plusieurs formations en ont clairement tiré bénéfice. C'est le cas au niveau de la confiance qu'ils ont dans les outils : pour 74% des salariés concernés, cela a augmenté leur confiance dans l'utilisation de l'IA, et 67% estiment que les formations ont réduit leurs craintes liées à l'usage de l'IA dans le cadre professionnel.

Surtout, les formations ont permis de mieux comprendre les possibilités de l'IA et ont donc conduit à l'exploration de nouveaux usages : 74% des salariés affirment ainsi qu'elles ont contribué à les aider à utiliser l'IA pour de nouvelles tâches, et 76% ont identifié de nouveaux cas d'usages de l'IA grâce à ces formations.



Question : « A propos de la ou des formations professionnelles à l'IA que vous avez suivie, dans quelles mesures ont-elles contribué aux aspects suivants ? » (une réponse par item)

Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi ayant déjà reçu une formation professionnelle à l'IA (France)

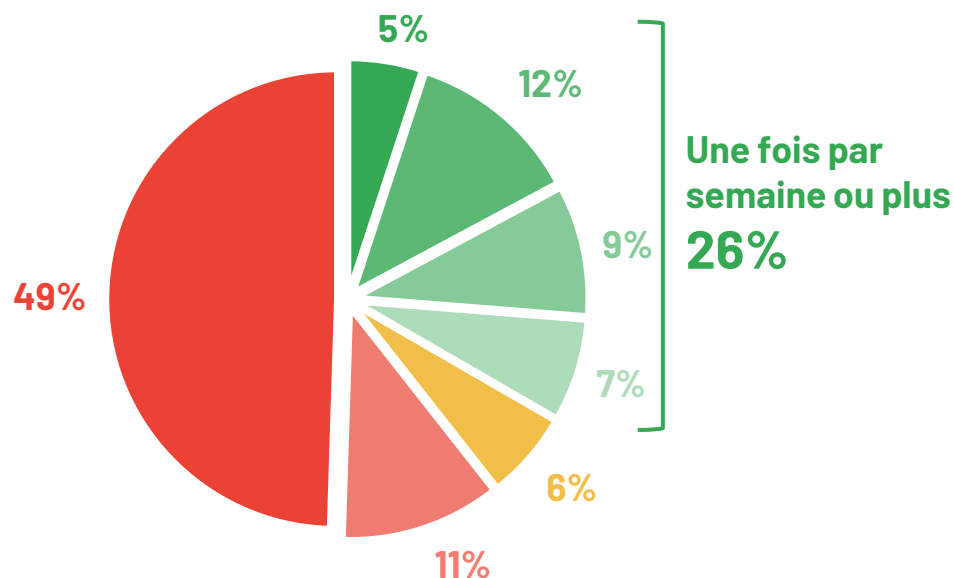
DES FORMATIONS QUI RENFORCENT CONSIDÉRABLEMENT L’UTILISATION DE L’IA PAR LES SALARIÉS

Les formations ont un impact déterminant sur l’ampleur de l’utilisation de l’IA : on constate ainsi que 26% de ceux qui n’ont jamais été formés aux usages de l’IA dans le cadre professionnel l’utilisent de manière au moins hebdomadaire, alors que ce chiffre atteint 68% parmi les salariés qui ont reçu au moins une formation à l’IA.

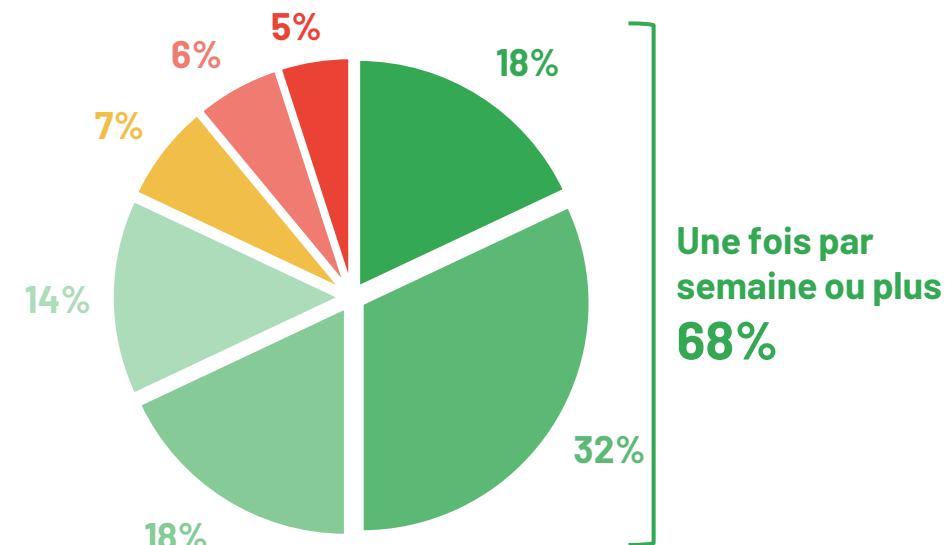
Cette différence, même si elle doit être relativisée par le fait que les profils les plus susceptibles d’utiliser l’IA recoupent ceux qui sont enclins à se former, représente néanmoins une augmentation très significative de x2,6 entre ces deux catégories de salariés.



N’ont jamais suivi de formation à l’IA :



Ont déjà suivi au moins une formation à l’IA



Question : « Au cours des six derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé des chatbots IA ou d’autres outils d’IA tels que des générateurs d’images ou des assistants intelligents dans votre travail ? » (une seule réponse) / Question : « Avez-vous déjà reçu une formation à l’utilisation d’outils d’intelligence artificielle dans le cadre de votre travail ? » (une réponse possible)

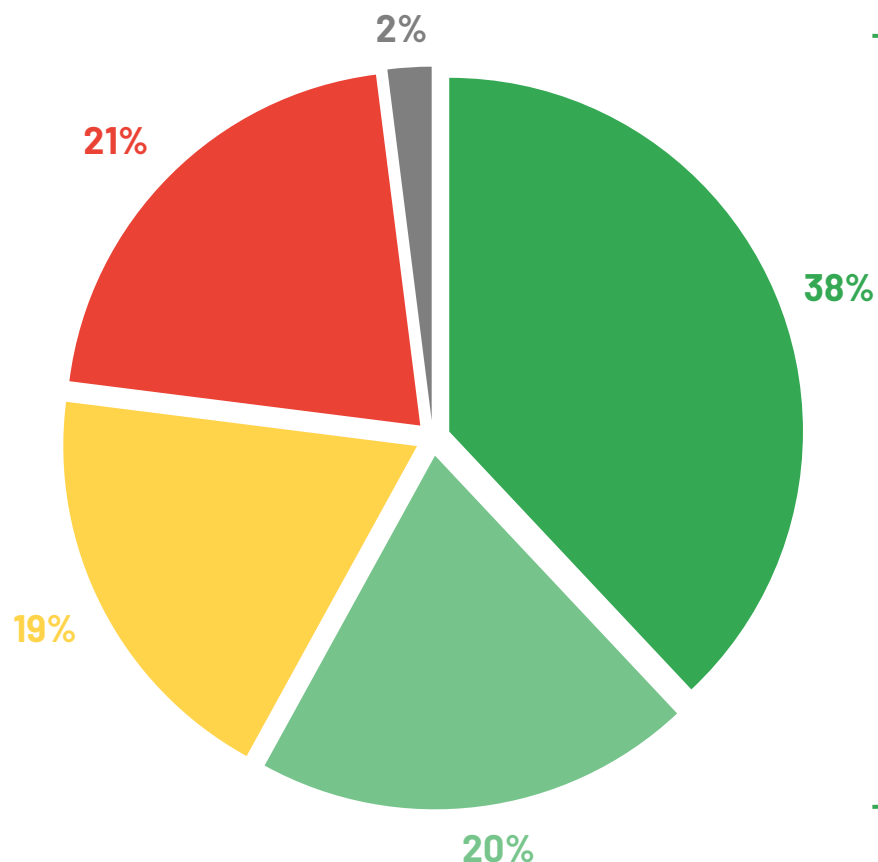
Source : « Workforce Survey on AI Adoption », Ipsos bva pour Google, 2025
Base : Population active en emploi (France)

L'IA DEVIENT UN LEVIER D'EMPLOYABILITÉ DE PLUS EN PLUS INCONTOURNABLE POUR LES SALARIÉS

Près de six cadres dirigeants d'entreprises sur dix (58%) affirment avoir déjà recruté un salarié sur la base de ses compétences en matière d'IA, soit un chiffre sensiblement plus élevé que la moyenne européenne (54%). A noter que par ailleurs, un dirigeant sur cinq (19%) envisage d'avoir recours à ce critère à l'avenir dans le choix entre des candidats à un poste.

La maîtrise des outils d'IA devient donc un critère d'embauche de plus en plus déterminant, rendant les formations décisives pour l'ensemble des salariés.

■ Oui, au cours des 12 derniers mois ■ Oui, mais il y a plus longtemps ■ Non, mais nous le ferons à l'avenir
■ Non, et nous ne le ferons pas ■ Ne sait pas



A déjà recruté un candidat sur la base de ses compétences en IA : 58%

Question : « Parmi les actions suivantes, lesquelles votre entreprise a-t-elle mises en oeuvre au cours des 12 derniers mois ? : Embauché un candidat en partie parce qu'il possédait des compétences en IA. » (une seule réponse)

Source : « Business Use of AI », Public First pour Google, 2025
 Base : Cadres dirigeants d'entreprises du secteur privé (France)

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

1 Une adoption rapide de l'IA, mais avec d'importantes disparités

- L'adoption de l'IA en France a rapidement progressé au cours des deux dernières années, 51% des Français ayant utilisé un outil d'IA en 2025 contre seulement 28% deux ans auparavant. Cette utilisation reste cependant plus contenue dans le cadre professionnel : seul 9% des salariés utilisent tous les jours l'IA au travail
- Pour autant, la compréhension de l'IA par les Français reste plutôt à la traîne parmi les autres grands pays développés : si 59% comprennent bien ces outils, c'est moins qu'aux Etats-Unis (66%) ou au Royaume-Uni (64%). Cette familiarité vis-à-vis de l'IA présente par ailleurs des disparités importantes en termes de genre, d'âge ou encore de niveau d'études.

2 Un décalage entre la vision des dirigeants et celle des salariés

- Les cadres dirigeants d'entreprises considèrent désormais l'IA comme incontournable : 70% jugent qu'elle a déjà amélioré la productivité de leur entreprise, et 53% y voient même le principal levier de développement de leur entreprise pour les années à venir.
- Les salariés sont plus partagés : l'outil est souvent perçu comme peu pertinent pour les tâches professionnelles, et des craintes majeures liées à la dépendance et à la perte des relations humaines émergent.
- L'émergence du « Shadow IA », s'il s'explique par un manque d'encadrement de la part des entreprises, traduit néanmoins aussi une envie des salariés d'utiliser l'IA au travail.

3 Chez les T/PME, une marge de progression importante, mais un potentiel réel

- L'adoption de l'IA est nettement plus forte dans les grandes entreprises que dans les petites entreprises : 58% contre 15%.
- Pour autant, les dirigeants de TPE (35%) ainsi que les auto-entrepreneurs (31%) utilisent davantage l'IA que les salariés (25%).
- Surtout, ces deux publics s'avèrent aussi plus convaincus des avantages de l'IA : ils sont respectivement 44% et 41% à estimer que son utilisation permet d'améliorer son efficacité (contre 33% des salariés), et 33% et 32% à penser qu'elle permet de progresser en créativité (contre seulement 22% des salariés).

4 La montée en compétence comme enjeu clé pour les recruteurs et les salariés

- Seuls 21% des salariés déclarent avoir déjà reçu une formation professionnelle à l'IA, bien que l'intérêt soit grand : 62% souhaiteraient des formations concrètes, appuyées sur des cas d'usages ancrés dans leur activité.
- Les acteurs les plus crédibles pour dispenser ces formations sont les entreprises technologiques, suivies des employeurs et des centres de formations.
- Ces formations à l'IA s'avèrent de plus en plus incontournables : 58% des cadres dirigeants ont déjà recruté un salarié sur la base de ses compétences en IA.

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.