

|

Communiqué de presse

Artefact et Odoxa dévoilent une étude inédite sur le futur du travail avec l'intelligence artificielle

À Paris, le 7 février 2025. Artefact, leader européen de la data et de l'IA, et Odoxa, institut d'études indépendant, publie une étude inédite sur l'impact de l'intelligence artificielle (IA) sur le monde du travail. Elle vise à proposer une analyse approfondie de l'adoption et de l'intégration de l'IA, ses impacts sur la transformation des organisations et sur l'avenir du travail. Réalisée entre octobre et novembre 2024, l'enquête quantitative a été menée auprès d'un panel de plus de 2000 participants. En complément de cette approche statistique, une trentaine d'entretiens ont été menés avec des acteurs clés de la transformation numérique, dont des directeurs généraux, des directeurs de l'exploitation et des responsables de la transformation.

Les principaux enseignements de l'analyse croisée de l'étude quantitative et de ces entretiens sont :

Un usage de l'IA en forte croissance dans les entreprises, sans retour en arrière pour les collaborateurs qui l'ont adoptée

L'IA devient incontournable dans le monde du travail et s'impose dans les usages des collaborateurs. Aujourd'hui, 12 % des collaborateurs français l'utilisent déjà, auxquels s'ajoutent 30% qui déclarent qu'il en est fait usage dans leur entreprise, et 92 % des utilisateurs se déclarent satisfaits.

L'IA fait gagner un temps considérable à ceux qui l'utilisent pour travailler

L'IA permet aux collaborateurs d'optimiser leur temps de travail et de gagner un temps quotidien considérable, en réduisant notamment les tâches pénibles et répétitives. En moyenne, un utilisateur gagne près d'une heure (57 minutes) par jour, et les plus avancés économisent jusqu'à 3 heures. Ce temps libéré est réinvesti dans des tâches plus stratégiques, permettant aux employés de se développer sur de nouvelles missions et d'élargir leurs compétences (75 % se sentent « plus libres » dans leurs tâches, 21% estiment que l'IA leur permet d'élargir leurs compétences).

Les bénéfices restent cependant encore limités à l'échelle des entreprises qui peinent à constater des gains de productivité globaux

Si les gains de productivité individuels sont bien réels (60% observent une transformation des processus (simplification ou automatisation)), leur impact à l'échelle globale reste encore diffus. Contrairement à l'IA traditionnelle, qui a déjà prouvé son efficacité en optimisant les processus, l'IA générative peine encore à générer des gains mesurables sur la performance des entreprises. Toutefois, l'émergence des agents IA pourrait marquer un

tournant, en apportant une automatisation avancée des tâches cognitives récurrentes et un impact significatif sur la productivité globale. Les premiers déploiements d'agents dans des services clients ont permis de réduire les délais de traitement par 2 et d'augmenter la productivité des agents humains de 20%.

Un impact positif sur l'emploi, mais des zones à risque

Contrairement aux idées reçues, l'IA crée pour le moment davantage de postes qu'il n'en supprime : 25 % des employés déclarent en effet que l'IA a permis la création de nouveaux postes. L'effet est double : à la fois, de nouveaux postes émergent dans les domaines techniques et data, quand d'autres postes sont considérablement modifiés ou déplacés à cause de l'IA. Si le bilan semble positif, il est inéluctable que certains départements soient profondément bouleversés, notamment l'IT, la relation client et le back-office.

La priorité des entreprises doit être d'acculturer ses salariés à l'IA et de les accompagner dans leur nouveau rôle de "collaborateur de l'IA"

Face à l'évolution constante et rapide des compétences requises pour utiliser l'IA, l'entreprise doit devenir un véritable lieu d'apprentissage en continu. L'IA impose à la fois d'améliorer les compétences existantes des collaborateurs et d'envisager la transformation totale vers de nouveaux métiers. Mais l'enjeu n'est pas seulement technique : il s'agit aussi d'accompagner chaque employé grâce à la formation. Or, 51 % des utilisateurs déclarent encore manquer de compétences pour exploiter pleinement l'IA.

La confiance en l'IA, indispensable rouage du succès de son adoption

L'intégration de l'IA ne peut réussir sans instaurer un cadre de confiance. Les entreprises qui mettent en place une gouvernance claire et inclusive, et qui assurent une transparence sur le déploiement de l'IA, sont celles qui parviennent à véritablement réinventer leurs métiers. Par ailleurs, les entreprises qui investissent dans des IA propriétaires de confiance sont 4 fois plus nombreuses à gagner en productivité. Parmi les salariés des entreprises ayant investi dans des IA propriétaires, 54% déclarent que cela se traduit par un gain de productivité élevé (contre 28% en moyenne).

Vers une accélération de l'innovation et une transformation des métiers grâce à l'IA

L'intégration maîtrisée de l'IA en entreprise crée déjà des emplois pour une part plus importante des répondants (25% vs 20%). Elle stimule l'innovation et démocratise l'accès à de nombreux services innovants, facilitant la création d'entreprises et d'emplois. Les métiers de la création, de la recherche et de l'ingénierie, y compris le développement logiciel, seront concernés, ainsi que l'accès à des outils puissants, permettant à chacun de prototyper des applications, d'accélérer la R&D et de générer des contenus de manière inédite.

"Le risque principal de l'IA pour les entreprises et ses collaborateurs est de ne pas l'adopter assez vite. Les entreprises ont un rôle majeur à jouer : d'abord en développant la confiance avec leurs salariés (alors que deux tiers d'entre eux voient encore l'IA comme une menace). Aujourd'hui, près de la moitié des salariés ne sont pas formés, et parmi ceux formés, encore

la moitié estiment être mal formés. Il faut faire de l'adoption de ces technologies une priorité absolue.” **Vincent Luciani, PDG et co-fondateur d'Artefact**

“Essayer l'IA, c'est l'adopter ! Si ses utilisateurs sont encore minoritaires dans l'entreprise, ces derniers sont très enthousiastes : 92% de satisfaction, un taux qui ferait rêver de nombreuses marques...Les leviers ? L'efficacité, le plaisir et les liens humains retrouvés. L'obstacle à surmonter ? La confiance en l'outil” - **Céline Bracq, Directrice Générale d'Odoxa**

[Retrouvez l'ensemble des résultats de cette étude via ce lien.](#)

Les résultats de cette étude ont été présentés à l'occasion d'un événement, le 7 février, qui a réuni la Ministre du Travail et de l'Emploi, Madame Astrid Panosyan-Bouvet, Stanislas Guerini, ancien ministre de la Transformation et de la Fonction publique, Cristel Guillain, Directrice Talents & Transformation - DRH Natixis et Bruno Mettling, Président-Fondateur de Topics.

À propos d'Artefact :

Artefact est une société de conseil et d'ingénierie française spécialisée en data et IA, et leader en Europe. Basé à Paris, nous sommes aujourd'hui présents dans 23 pays sur tous les continents et comptons 1 600 collaborateurs.

Notre mission est d'aider les entreprises à exploiter tout le potentiel de l'IA et de la data en développant des solutions sur-mesure adaptées à leurs enjeux métiers. En tant que pionniers dans ce domaine, nous allions expertise technologique et excellence opérationnelle, en collaborant avec les plus grands acteurs du marché. Nos clients couvrent tous les secteurs clés de l'économie – industrie, retail, luxe, grande consommation, santé, finance... – et incluent des grands groupes internationaux.

Au-delà du conseil, nous nous engageons activement pour une IA éthique et accessible. Nous avons lancé la "School of Data" pour favoriser la reconversion vers les métiers de la tech, créé un centre de recherche en IA à Paris et Shanghai.

À propos d'Odoxa :

Odoxa est un institut de sondages indépendant, fondé en 2014 par Gaël Sliman et Céline Bracq, spécialisé dans les enquêtes d'opinions sur les tendances sociétales, politiques, économiques et santé. Odoxa réalise et analyse des études quantitatives et qualitatives pour des entreprises, des organisations et des médias.

Retrouvez plus d'informations sur www.artefact.com

Contacts presse :

Maud Ollieric / maud.ollieric@taddeo.fr / 06.23.38.90.09

Celine Braque / celine.bracq@odoxa.fr / 06.42.61.75.48