

Étude Occurrence x Comundi x COM-ENT

L'IA, une opportunité pour plus d'un communicant sur deux !

Occurrence, Comundi et COM-ENT dévoilent les résultats de la première étude menée en France, sur la connaissance, la perception et les usages actuels de l'IA par les communicants. Réalisée en octobre-novembre 2023 auprès d'un échantillon de communicants diversifié (type de structure, âge, spécialités de communication), l'enquête montre notamment que l'IA représente une opportunité pour le métier de communicant avec un impact positif sur ce dernier et qu'elle est d'ores et déjà très largement utilisée par les répondants, en premier lieu dans l'éditorial.

L'IA perçue comme une opportunité et un changement de fond, positif, auquel il faudra s'adapter.

Si les premiers mots qui viennent spontanément aux répondants quand on parle d'IA sont liés à la technologie/robotique (33%), les seconds sont liés à l'opportunité et à l'aide que représente l'IA pour leurs métiers (15%). Par ailleurs, si la grande majorité des mots ont une tonalité neutre (64%), 23% ont une tonalité positive : opportunité, mais aussi le progrès et la vitesse sont ainsi cités par les communicants.

Les 2/3 des répondants (66%) pensent que l'IA est un changement de fond auquel il faudra s'adapter et plus de la moitié des répondants (58%) voit ce changement positivement (opportunité) alors que plus 1/4 le voit négativement (peur pour 26% d'entre eux).

Pour plus de la moitié des répondants (54%), l'IA aura un impact positif sur le métier de communicant. A noter néanmoins que près d'1/3 des répondants ne sait pas répondre à la question.

Une bonne connaissance des fonctionnalités et outils de l'IA

Questionnés sur les fonctionnalités et les outils qu'ils connaissent, les communicants citent en première position la génération de contenus (texte, visuel, son, etc.) avec 38% des réponses et dans le TOP 3 des outils : Chat GPT (38%), Mid Journey (16%) et Dall-E (11%).

Une utilisation déjà conséquente de l'IA

Les 3/4 des répondants utilisent actuellement l'IA, dont près d'1/4 régulièrement ! Les plus jeunes l'utilisent régulièrement (75%) mais également les agences (38%).

L'éditorial arrive en tête dans l'utilisation de l'IA. En effet, près des 2/3 des répondants (65%) l'utilisent pour générer des contenus éditoriaux et près d'un répondant sur deux pour analyser des textes (42%).

Les 3 principaux bénéfices pour le métier de communicant liés à l'utilisation de l'IA sont en premier lieu « fonctionnels » : gain de temps pour la très grande majorité (84%), automatisation des tâches (66%) et économies budgétaires (37%). La créativité et la qualité des productions arrivent bien après (avec respectivement 28% et 13%).

Quant aux **3 principaux risques liés à l'utilisation de l'IA dans leur métier, les communicants interrogés mentionnent la perte d'emploi (61%), la dimension juridique (59%) et la corruption des données (59%)**.

De plus, les répondants semblent éprouver une difficulté à hiérarchiser ces difficultés aux vues des résultats serrés pour les 5 items proposés (La confidentialité des données utilisées par l'IA et les « hallucinations de l'IA » sont les 2 derniers items cités par respectivement 49% et 38% des répondants).

Enfin, **près d'un répondant sur 2 pense que l'IA devrait être positionnée à la DG**, ce qui révèle le fort enjeu que ce sujet représente pour ces professionnels. La direction Innovation / R&D ne figure qu'en deuxième position, avec un écart important (19%).

Pour Assaël Adary, directeur général d'Occurrence :

« Il est très intéressant de voir que les communicants sont optimistes concernant l'impact de l'intelligence artificielle sur leur métier alors que les Français restent encore très majoritairement méfiants. Et la bonne conséquence c'est que les communicants en l'utilisant majoritairement aujourd'hui se donnent plus de chances de rester maître de leur destin demain ! »

Les résultats de l'intégralité de l'étude sont disponibles en pièce jointe.

Méthodologie

Date de recueil : 12 octobre au 10 novembre 2023

Echantillon : 115 répondants

A propos d'Occurrence :

Créé en 1995, Occurrence est un institut d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...) et de l'analyse des opinions. Depuis plus de 26 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leur communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, Orano, ADP, RATP, FDJ, ENEDIS, KEOLIS, LA POSTE, BNP Paribas, Caisse des Dépôts, Macif, Crédit Agricole, Servier et nombre de collectives alimentaires, des ministères, des institutions européennes, notamment la Commission européenne, ainsi que des collectivités locales, des associations, des ONG et des entreprises publiques.

En avril 2022, Occurrence et sa filiale Deep Opinion, société de conseil stratégique et opérationnel spécialisée dans la veille digitale, l'influence et l'e-réputation ont rejoint le groupe IFOP.

Membre de Syntec Conseil, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.occurrence.fr

Contact presse

Ethel Bachelierie - 06.62.79.19.21 - ethel.bachelierie@yahoo.fr