

En matière d'IA, les entreprises françaises restent prudentes, mais réalistes, créant un terrain fertile à son industrialisation. Il reste toutefois des défis à relever comme la gouvernance d'une IA responsable, la gestion des coûts et la pénurie de talents. Les investissements à venir devraient contribuer à faire évoluer les stratégies en place.

L'impact de l'IA en France

Janvier 2024

Auteur : Cyrille Chausson, Research Manager

Introduction

Ce rapport examine l'utilisation de l'IA en France et son impact sur les processus métiers des organisations françaises. Il pointe du doigt des entreprises qui suivent une démarche pragmatique dans leur adoption de l'IA. Bien que leur démarrage soit plus lent que celui des autres entreprises européennes, les entreprises françaises montrent des stratégies numériques avancées dans lesquelles la gestion des données joue un rôle capital, ce qui témoigne d'un niveau de maturité élevé, propice à l'émergence d'une IA aux usages maîtrisés. Le rapport met également en évidence des défis tels que la nécessité d'une meilleure réglementation de l'IA, la gestion des coûts et une utilisation responsable de l'IA. Malgré cela, les entreprises françaises montrent une forme d'impatience qui les pousse à accélérer leurs investissements pour stimuler l'innovation, en particulier dans les technologies du cloud, un des piliers de l'IA.

Une maturité digitale avancée

Alors que l'Europe entière accélère son usage de l'IA, attirée par les promesses soutenues de gains de productivité, d'automatisation et d'innovation, notamment, la France choisit, elle, une démarche plus réfléchie, voire raisonnée, se donnant les moyens de maîtriser progressivement les enjeux et les opportunités de cette révolution technologique.

L'étude IDC laisse entrevoir des entreprises françaises qui ont d'abord construit une fondation numérique solide, capable de servir de support à l'arrivée d'innovations, comme l'IA. Les entreprises interrogées montrent une maturité digitale la plus élevée en Europe. 60 % (contre 51 % en Europe) se décrivent comme étant des entreprises dont le modèle économique s'adosse au digital ou qui se sont bâties naturellement avec et sur le cloud (« cloud-native »).

Cette attitude « Digital-First » s'illustre également par la capacité des entreprises françaises à avoir accompagné et soutenu cette stratégie digitale par une stratégie liée aux données, les deux s'auto-alimentant. Dans l'étude, les entreprises françaises présentent un usage du cloud légèrement plus avancé que les autres pays en Europe dans leurs traitements de données. 56 % des entreprises interrogées affirment avoir placé des données dans le cloud, alors que la moyenne européenne frôle les 55 %, même s'il est vrai qu'une partie du patrimoine informationnel en France réside encore dans les systèmes on-premise pour 43 % des entreprises sondées. Pour autant, cette équation française de la donnée crée un socle propice à la mise en place de l'IA et favorise l'émergence de cas d'usage.

CE QU'IL FAUT RETENIR

CHIFFRES CLES

- » 48 % des entreprises françaises affirment utiliser l'IA mais 30 % ont des projets dans les 12 prochains mois.
- » 26 % ont mis en place un comité de gouvernance pour l'IA responsable.
- » 39 % des entreprises françaises rapportent un ROI de 2X pour chaque dollar dépensé dans l'IA.

L'ESSENTIEL

En Europe, les entreprises françaises affichent un retard en matière d'IA, mais leur maturité digitale, ainsi que les investissements à venir devraient faire émerger davantage de cas d'usage, consolider leur stratégie et améliorer leur modèle opérationnel d'IA.

« Aujourd'hui, il faut considérer le développement de logiciels et le développement des données/de l'IA de manière intégrée. Lorsque vous réfléchissez à l'industrialisation de l'IA ou encore en termes de data mesh, de couches API ou encore de transformations avec le cloud, vous prenez conscience des interconnexions et des dépendances. Voilà pourquoi il s'agit d'une question de collaboration entre les fonctions IT et data, bâtie sur une vision architecturale commune », soutient Roland Scharrer, le Chief Data, AI and Emerging Technologies d'AXA.

Des entreprises françaises en retard sur les autres pays en Europe

Pourtant, l'adoption de l'IA en France n'est que faiblement alignée sur les vellétés digitales précédemment énoncées. Plus prudentes que la moyenne en Europe, les entreprises françaises préfèrent avancer à leur rythme. Elles sont aujourd'hui 48 % à affirmer utiliser l'IA quel que soit le cas d'usage, contre presque 68 % pour les entreprises en Europe. Certes en retard, les entreprises françaises font, à 30 % (contre 22 % en Europe), la promesse d'intégrer l'IA plus massivement dans les 12 prochains mois. Toutefois, il reste encore une poche d'entreprises qui ne porte pas d'intérêt à l'IA, n'ayant pas décelé de cas d'usage appropriés, de gains métiers ou dont les stratégies digitales et de données n'ont pas encore atteint un niveau suffisamment élevé. 16 % ne l'utilisent pas et n'envisagent pas de la déployer dans les 12 prochains mois. Mais, si pour certains l'intérêt manque, d'autres (7 %) demeurent encore indécis et doivent être convaincus et davantage accompagnés dans leur démarche. Pour ces 23 %, l'IA doit encore faire ses preuves.

Logiquement, par effet de rebond, ce retard se vérifie également dans la courbe d'adoption de l'IA générative (« GenAI ») par les entreprises françaises. Elles sont 47 % à déjà utiliser cette nouvelle technologie contre 62 % Europe. Mais 33 % pensent y investir dans les 24 prochains mois.

Autre signe de réalisme, les entreprises françaises, en connaissance des enjeux liées à l'IA, sont les plus nombreuses en Europe à se considérer comme étant mal préparées (15 % contre 8 % en Europe) à accueillir l'IA ou encore la GenAI dans les 24 prochains mois.



Source : Business Value of AI Survey, Microsoft / IDC, Décembre 2023, n = 100 entreprises françaises

Une stratégie IA motivée par l'innovation et l'agilité

Peu frileuses, mais modérées dans leurs usages, les entreprises françaises interrogées dans cette étude IDC montrent que des stratégies d'IA se sont toutefois mises en place avec des attentes claires en matière de gains métiers. Ainsi, l'innovation cristallise les espoirs français en matière d'IA. Quelque 35 % des entreprises françaises (le plus haut pourcentage de l'étude en Europe) attendent de l'IA un effet accélérateur de l'innovation. Suivent l'amélioration de l'expérience client et l'agilité de l'entreprise, classées respectivement 2^e et 3^e des résultats attendus.

Cette démarche est soutenue par une méthodologie plus globale, centrée sur une gestion progressive des risques qui favorise l'identification des cas d'usages et des projets cibles, éligibles à l'IA. Presque une entreprise française sur deux a ainsi structuré sa stratégie en connectant l'IA à des réelles attentes en matière de résultats métiers. Leur seul hic dans ce dispositif ? L'absence de mesures ou d'évaluation des résultats. Cela met en relief un modèle de gouvernance encore peu approprié à une gestion agile des ressources, à un contrôle des résultats et de KPI métiers, malgré une volonté affirmée d'intégrer l'IA à l'échelle de l'entreprise.

La création, les services aux clients et la cybersécurité, premiers métiers augmentés par l'IA en France

Cette distillation progressive de l'IA dans les processus métiers en France a démarré par des zones fonctionnelles prioritaires. Mais on remarque que l'IA intègre les chantiers au cœur de la transformation des entreprises. Cette technologie fait désormais partie des techniques pour accélérer cette modernisation planifiée. Ainsi, 41 % des entreprises ayant déjà déployé l'IA ont d'abord identifié les métiers de la création et du design comme un réceptacle adapté. Cette approche permet d'alimenter la transformation des services aux clients qui constitue le 2^e domaine métier (38 %), aujourd'hui augmenté par l'IA dans les entreprises françaises. Automatiser les fonctions de création contribue en effet à améliorer l'expérience client.

L'accent a ensuite été mis sur les fonctions de cybersécurité (37 %), 3^e département métier augmenté par l'IA en France. Dans un contexte sécuritaire particulièrement dense, où se multiplient les attaques, les entreprises françaises ont vu en l'IA un moyen d'accélérer les réponses aux menaces ou encore la détection de fraudes (voir ci-après), première mise en application de l'IA des entreprises françaises.

Dans cette même dynamique, les entreprises françaises ont prévu d'étendre leur feuille de route à d'autres secteurs critiques prioritaires. L'IA doit infiltrer plus en avant certains domaines métiers sous pression dans les prochains 24 mois. À commencer par les fonctions RH : celles-ci bénéficieront d'un déploiement de l'IA chez 29 % des entreprises françaises. Sur un marché particulièrement tendu des compétences et du recrutement de profils spécialisés, fluidifier les processus apparaît salvateur. L'IA représente un assistant précieux d'aide à la découverte et à la sélection de bons profils, mais aussi un moyen d'accélérer l'onboarding de talents dans l'entreprise. Il n'est donc pas étonnant de voir la formation et l'apprentissage comme autre domaine métier prochainement augmenté par l'IA dans les 24 prochains mois pour 23 % des entreprises françaises. Enfin, parce que l'innovation est l'un des moteurs de l'IA en France, la connecter aux fonctions liées à la R&D apparaît comme une priorité pour 21 % des entreprises françaises et est sur la liste des prochains domaines métier impactés.

« En matière d'IA générative, nous maîtrisons maintenant l'exploration des cas d'usage. Il s'agit maintenant plutôt de savoir si l'on est capable d'adopter et d'utiliser l'IA. Le sujet porte sur la formation et la confiance dans les résultats du prompt », témoigne d'ailleurs Roland Scharrer, mettant en avant l'approche de l'IA dans son entreprise.

Les entreprises françaises priorisent la détection des fraudes et l'automatisation des processus

Côté cas d'usage, les entreprises françaises ont activé les leviers pour mettre en marche leur stratégie de priorisation des domaines cibles. 41 % des entreprises françaises ont identifié la détection des fraudes et la cybersécurité et 36 % l'automatisation de processus métiers, comme pouvant bénéficier favorablement de l'IA.

Cette approche française livre des résultats positifs. Les investissements ciblés des entreprises en France en matière d'IA se concrétisent avec des gains importants chez certaines entreprises. La compréhension des enjeux, illustrée par l'identification des bons domaines et cas d'usages, ont permis à certaines entreprises françaises (moins de 10 %) d'afficher un taux d'évolution de presque 25 % de leurs revenus grâce à l'IA. L'accent mis sur l'expérience client ou encore l'efficacité opérationnelle porte ici ses fruits.

« Notre méthode de travail consiste à toujours partir des besoins métiers. Nous n'avons jamais commencé par la technologie. Je n'ai donc pas de feuille de route en matière de GenAI, seulement des cas d'usages ou des processus qui en tirent parti. S'interroger sur une feuille de route n'est vraiment pas la bonne question. Si les entreprises se posent la question, elles se trompent », insiste de son côté Philippe Rambach, Chief AI Officer de Schneider Electric, soulignant l'approche itérative que suit son entreprise en matière d'intelligence artificielle et d'identification des cas d'usages.

Des modèles de gouvernance à affiner en France

Une gestion partagée et décentralisée des budgets de l'IA

Conscientes que l'intégration de l'IA s'effectue en partenariat avec les métiers, les entreprises françaises sont les plus nombreuses en Europe à contrôler leur budget de l'IA de façon décentralisée. Elles ne sont que 28 % à placer ce budget entre les seules mains de la DSI, contre 42 % en Europe. Elles tablent sur un modèle de gouvernance partagé dans lequel s'impliquent les métiers. Elles sont ainsi 18 % (le plus haut pourcentage d'Europe) à avoir opté pour un modèle hybride où une partie du budget demeure centralisé par l'IT, le reste incombant aux différents départements métiers.

Cela implique inévitablement de soutenir une politique d'éducation et de sensibilisation à l'IA en interne, insiste Philippe Rambach : « Il est très important d'acculturer les personnes à l'IA et nous avons mis en place un programme assez approfondi sur le sujet. Nous catégorisons les différentes populations d'employés et nous nous assurons que chacune d'entre elles apprenne ce qu'elle doit savoir. Il est essentiel d'avoir un programme de formation pour que les personnes cessent d'être, soit totalement fascinées par l'IA, soit complètement sceptiques, soit complètement effrayées », explique-t-il.

Cette approche, qui s'adosse à une forte proximité IT / métiers, permet ainsi aux entreprises françaises d'avoir une démarche agile et pragmatique en matière d'attribution ou de réallocation des budgets, et de modifier la structure budgétaire en fonction des avancées de l'IA dans l'entreprise et des gains métiers apportés. 41 % des entreprises en France prévoient ainsi d'avoir cette démarche dans les 24 prochains mois et de ventiler des budgets existants vers l'AI. 33 % ont déjà piloté leurs budgets de l'AI de cette façon en France.

Les entreprises françaises ont besoin d'un cadre de gouvernance en matière d'IA responsable

Toutefois, en dépit de cette démarche qui inclut les métiers dans l'équation de l'IA et favorise la compréhension des enjeux, les entreprises françaises accusent aujourd'hui un retard en Europe en matière de gouvernance d'une IA responsable. Seulement 26 % des entreprises françaises interrogées dans le cadre de l'étude IDC ont bâti un comité de gouvernance, alors qu'1 entreprise sur 3 l'a déjà mis en place en Europe.

Pourtant, parce que les risques associés sont importants, l'IA responsable fait partie des préoccupations des entreprises en France, témoigne l'étude IDC. 40 % la considèrent comme un moyen pour les protéger contre les failles de sécurité et contre une exposition des données des clients. Logiquement, 35 % y voient aussi un moyen pour minimiser les risques liés aux réglementations. Offrir la garantie aux clients que leurs données seront traitées de façon responsable, éthique et conforme aux règlements liés à la protection des données personnelles est devenu essentiel. Ce cadre de confiance constitue une des clés indispensables à une relation client saine et transparente.

« Nous utilisons un processus avec différentes étapes de validation. Lorsque nous démarrons un projet, nous classons nos cas d'usage en fonction du risque encouru en matière d'IA responsable. Nous procédons ensuite à différents niveaux de contrôle en fonction du niveau de risque. Les projets les plus risqués ne sont pas retenus. Par exemple, nous avons décidé de ne jamais utiliser de reconnaissance faciale ou de conditions biométriques », illustre Philippe Rambach.

Il est ainsi cohérent que les entreprises françaises fassent de l'IA responsable un critère de sélection de leur partenaire pour leurs projets d'IA. Identifier un partenaire ayant une stratégie autour de l'IA responsable est qualifié comme étant « très important » par 43 % des entreprises interrogées (contre 39 % en Europe).

Les coûts et les réglementations freinent la progression de l'IA en France

Les entreprises françaises doivent encore déterminer une structure de coûts appropriée pour industrialiser l'IA

Comme le révèle l'étude IDC, l'une des principales difficultés en matière d'IA réside dans la gestion des coûts. Les entreprises françaises sont 37 % à la citer comme l'obstacle n°1. Le manque de personnels spécialisés (comme les « prompt engineers » ou les « AI modelers ») ou d'employés compétents et formés, deux composantes indispensables à une propagation de l'IA dans les processus métiers et dans une culture d'entreprise, constituent les 2 autres principales difficultés listées par les entreprises françaises. La formation et le recrutement de profils qualifiés sur un marché tendu nécessitent de lourds investissements qui aujourd'hui déstabilisent la structure de coûts de l'IA dans les entreprises françaises.

Trouver le bon ROI

Mécaniquement, la pression sur le ROI est forte, et représente en soi un enjeu de taille pour décliner progressivement l'IA à l'échelle de l'entreprise. Toutefois, les entreprises françaises affirment leur réalisme en montrant des ROI moins ambitieux et plus raisonnables que les entreprises européennes. En France, 39 % (le plus haut pourcentage pour la France) des entreprises interrogées rapportent un retour sur investissement de 2X pour chaque dollar dépensé dans l'IA, et ce, sur une période plus longue que dans les pays européens de l'étude IDC. En comparaison, les entreprises européennes l'évaluent à 3 fois le montant des investissements dans 36 % des cas – le plus haut pourcentage de la région.

À titre d'exemple, les processus qui ont été priorisés pour l'IA et apportent le ROI le plus élevé en France sont l'automatisation de processus métiers et des workflows.

Les entreprises françaises font de l'IA responsable un critère de sélection de leur partenaire

Les entreprises françaises veulent avoir une vision claire des réglementations

Au-delà des coûts, l'autre principal obstacle qui vient enrayer la mécanique IA en France est celui de l'absence de réglementations. 30 % des entreprises françaises la citent comme un frein dans leurs déploiements de l'IA. En attente de réglementations européennes ou nationales, liées notamment à la souveraineté numérique, ou par manque de compréhension des contraintes imposées par ces lois, les entreprises françaises retardent leur implémentation de l'IA. Toutefois, le très attendu règlement européen AI Act, dont le texte a été publié en décembre 2023, devrait contribuer à fixer les règles en matière d'utilisation des données. Il devrait structurer davantage les stratégies des entreprises, les rassurant quant à leur intégration de l'IA à leur processus métier. D'ici son entrée en vigueur en 2026 et son adaptation dans la loi française, les entreprises pourront ajuster leur feuille de route et accélérer leurs investissements.

Accélération prévue des investissements en IA

Augmentation des budgets IT dédiés à l'IA

En France, l'IA s'inscrit dans la durée et les entreprises anticipent une hausse des budgets dans les mois à venir. Toutefois, comme le révèle l'étude IDC, les entreprises prévoient de dépenser davantage dans le cloud que dans l'IA : plus de 25 % de leur budget IT dans le cloud, contre 17 % dans l'IA, sur les 12 prochains mois. Cette tendance va se poursuivre dans les 24 prochains mois (27 % pour le cloud ; 17 % pour l'IA). Toutefois, les trajectoires du cloud et de l'IA demeurent étroitement liées. D'une part, les fournisseurs de cloud sont identifiés par les entreprises françaises comme étant les premiers partenaires en matière d'IA pour les 24 prochains mois. D'autre part, les entreprises françaises basculent progressivement leurs données, indispensables à l'IA, dans des services de stockage cloud.

Si 32 % entreprises françaises dépenseront entre 5 et 9,9 millions de dollars dans leurs projets d'IA dans les 12 prochains mois, en ligne avec la moyenne européenne, l'étude IDC révèle en revanche un volume de dépenses plus élevé en France sur la tranche comprise entre 10 millions et 24,9 millions de dollars.

IA responsable, protection des données, conformité et sécurité de l'infrastructure, les critères de sélection de partenaires IA

Ces investissements en IA devraient être partiellement répartis auprès de partenaires cibles qui devront alors montrer leurs ambitions en matière de confiance numérique. Que regardent avant tout les entreprises françaises chez leurs partenaires en matière d'IA ? Les 3 premiers critères de sélection jugés « très importants » portent d'abord sur la politique liée à la protection et à la sécurité des données ainsi que leur conformité (55 %), suivie par la mise en place d'une stratégie d'IA responsable (49 %) et les politiques de sécurité et de conformité de l'infrastructure IT (44 %).

Dans ce contexte, les fournisseurs de cloud mondiaux de type hyperscalers représentent le top 3 des partenaires cités dans l'étude IDC, comme étant les plus dignes de confiance pour supporter les projets d'IA des entreprises françaises. 40 % en moyenne utilisent ou prévoient d'utiliser ces partenaires d'ici les prochains 24 mois.

Les trajectoires du cloud et de l'IA demeurent étroitement liées

Recommandations pour les entreprises françaises - Adoptez l'IA pour accroître la valeur de vos métiers

- **Définissez clairement les objectifs de l'entreprise, les cas d'usage et des indicateurs pour mesurer la valeur produite.** Pour chaque cas d'usage, il convient d'évaluer si l'entreprise développe elle-même ou achète la technologie (« Make vs Buy »). Nouer des partenariats avec des fournisseurs de solutions technologiques et des prestataires de services de confiance est également recommandé.
- **Identifiez un modèle opérationnel clair**, avec le support des dirigeants, pour favoriser une culture agile ainsi que l'expérimentation à l'échelle de l'entreprise.
- **Devenez plus flexible en matière d'allocation de budget attribué à l'IA** pour améliorer le retour sur investissement, accélérer les résultats et améliorer l'impact de l'IA sur les activités de l'entreprise.
- **Créez un cadre de gouvernance solide** autour de l'IA responsable et mettez en place des processus, des contrôles ainsi que la bonne organisation pour que l'IA réponde à vos exigences en matière de conformité, de sécurité, de protection de la vie privée et d'éthique.

A propos de l'analyste



Cyrille Chausson, Research Manager, IDC Europe

Cyrille est responsable du programme de recherche d'IDC Europe portant sur les stratégies de modernisation des applications (European Application Modernization Strategies). Il concentre sa recherche principalement sur les opportunités et les défis que représente la modernisation des applications pour les fournisseurs de services IT et les entreprises utilisatrices, alors que leurs modèles tant organisationnels qu'économiques évoluent avec le digital.

MESSAGE DU SPONSOR

L'arrivée depuis plus d'un an des solutions d'IA générative auprès du grand public, comme des organisations publiques et privées, est une opportunité pour tous. Chez Microsoft, nous pensons que l'IA sera l'amplificateur ultime : le changement de paradigme vers l'IA en tant que copilote, nécessite une toute nouvelle façon de travailler et de nouvelles compétences. Pour accompagner les nouveaux usages collaboratifs, l'enjeu est donc d'intégrer les applications de l'IA générative dans les processus et dans les activités individuelles des salariés. Travailler avec l'IA - en utilisant le langage naturel - sera aussi inhérent à notre mode de travail que l'internet et le PC. Aujourd'hui il y a urgence pour les organisations françaises à se lancer. Car le plus grand danger serait de ne pas apprendre à utiliser l'intelligence artificielle, ni à en tirer profit. Moins de défiance, plus de sens de l'opportunité, de recherche de valeur au bon endroit – et d'innovation réelle!

Corine de Bilbao, Présidente de Microsoft France



The content in this paper was adapted from existing IDC research published on www.idc.com.

IDC Research, Inc.
140 Kendrick Street
Building B
Needham, MA 02494, USA
T 508.872.8200
F 508.935.4015
Twitter @IDC
idc-insights-community.com
www.idc.com

This publication was produced by IDC Custom Solutions. The opinion, analysis, and research results presented herein are drawn from more detailed research and analysis independently conducted and published by IDC, unless specific vendor sponsorship is noted. IDC Custom Solutions makes IDC content available in a wide range of formats for distribution by various companies. A license to distribute IDC content does not imply endorsement of or opinion about the licensee.

External Publication of IDC Information and Data — Any IDC information that is to be used in advertising, press releases, or promotional materials requires prior written approval from the appropriate IDC Vice President or Country Manager. A draft of the proposed document should accompany any such request. IDC reserves the right to deny approval of external usage for any reason.

Copyright 2023 IDC. Reproduction without written permission is completely forbidden.