



HEBDO

L'IA S'INVITE DANS LES TPE/PME : UNE REVOLUTION PRAGMATIQUE DEJA EN MARCHÉ

L'intelligence artificielle n'est plus un concept abstrait réservé aux géants technologiques. Elle s'est discrètement mais solidement implantée au cœur des très petites et moyennes entreprises françaises. Selon le dernier baromètre de VistaPrint, qui a interrogé 1 000 chefs d'entreprise, l'IA est désormais une réalité opérationnelle pour une majorité d'entre eux, dessinant un nouveau paysage entrepreneurial où le gain de temps et l'efficacité priment.

La bascule est nette : 67% des dirigeants français déclarent avoir déjà utilisé l'intelligence artificielle dans le cadre de leur activité. Plus significatif encore, un tiers des entrepreneurs l'utilise actuellement de manière régulière. Cette adoption rapide, souvent initiée sans plan stratégique formel, est motivée par un pragmatisme de terrain : gagner du temps, simplifier des tâches et faciliter la production de contenu. L'analyse par tranche d'âge révèle toutefois un fossé générationnel significatif. Les moins de 35 ans sont en pointe, avec 40% des 25-34 ans utilisant activement l'IA, contre seulement 17% des chefs d'entreprise de plus de 65 ans. Un écart entre hommes et femmes est également perceptible, bien que plus modéré, avec 35% d'utilisateurs masculins contre trente et un pour cent de femmes.

L'IA, un assistant au service de la productivité quotidienne

Les usages identifiés par l'étude confirment cette approche utilitaire. L'intelligence artificielle est principalement mobilisée pour décharger les entrepreneurs de tâches chronophages. Ainsi, 51% des dirigeants l'utilisent pour la recherche d'informations, 39% pour la création de contenus et 36% pour la rédaction d'e-mails. Loin d'être perçue comme un outil de transformation radicale, l'IA sert avant tout d'accélérateur opérationnel. Sabine Léveiller, Vice-Présidente Europe chez VistaPrint, observe que « l'IA est utilisée pour amplifier ce que les chefs d'entreprise savent déjà faire, pas pour les remplacer. Elle permet de professionnaliser plus vite les actions marketing, commerciales ou créatives sans augmenter les coûts ». Les priorités d'usage varient légèrement selon le genre, les femmes l'utilisant davantage pour la communication et les hommes pour l'optimisation technique.

Un bénéfice perçu massivement positif

La satisfaction est au rendez-vous pour les entrepreneurs qui ont sauté le pas. L'étude révèle une adhésion remarquable, avec 92% des utilisateurs estimant que l'IA les a aidés, dont 56% « beaucoup aidés ». Cette perception positive s'accompagne d'une utilisation assidue : 34% des dirigeants ont recours à l'IA quotidiennement et 46% plusieurs fois par semaine. Les bénéfices concrets qu'ils en retirent se concentrent sur l'efficacité accrue pour cinquante-cinq pour cent d'entre eux, une réponse plus rapide aux clients pour 33% et une réduction des coûts pour 30%. Les hommes se montrent particulièrement sensibles à ces avantages financiers et stratégiques.

Des craintes persistantes malgré l'enthousiasme

Si l'impact est largement salué, l'arrivée de l'IA n'en est pas moins source d'inquiétudes. Des craintes subsistent, notamment concernant les cyber-risques pour 21% des répondants, ou la transformation profonde de leur secteur d'activité pour 19%. Paradoxalement, ce sont les jeunes entrepreneurs, pourtant les plus grands utilisateurs, qui semblent les plus préoccupés par le risque de se faire distancer par leurs concurrents. 22% des 18-24 ans expriment cette crainte, contre seulement 17% en moyenne. À l'inverse, les seniors se montrent plus sereins, près de la moitié d'entre eux estimant que l'IA ne représente pas une menace.

Source IT CHANNEL - Décembre 2025