

Observer la transition. Inspirer l'action.

D - ZOOM by Adetem

Extraits de la restitution de l'Observatoire du Marketing Responsable

Une étude menée par le Collectif



En partenariat avec



La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

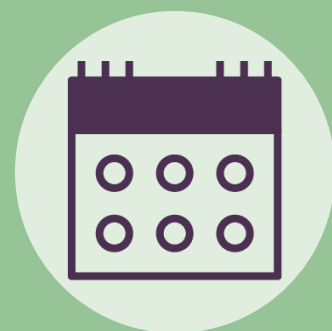
« **Sondage OpinionWay pour ADETEM** »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de 83 décideurs et responsables marketing (direction générale, marketing, communication, commerciale/ventes) au sein d'entreprises privées ou publiques

L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview)



Les interviews ont été réalisées du 18 mars au 20 avril 2026.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 2,7 à 9,8 points au plus pour un échantillon de 100 répondants.

Un résumé de l'enquête...

...tout en paradoxes



PARADOXE #1

On se forme, mais on se sent quand même incompetent

PARADOXE #2

On pense que l'IA nuit à l'environnement, mais on ne renonce à rien

PARADOXE #3

L'IA libère du temps mais génère de nouvelles tensions

PARADOXE #1

On se forme, mais on se sent quand même incompetent

● ADETEM opinionway

PARADOXE #1



74% des entreprises **ont mis en place des formations IA**

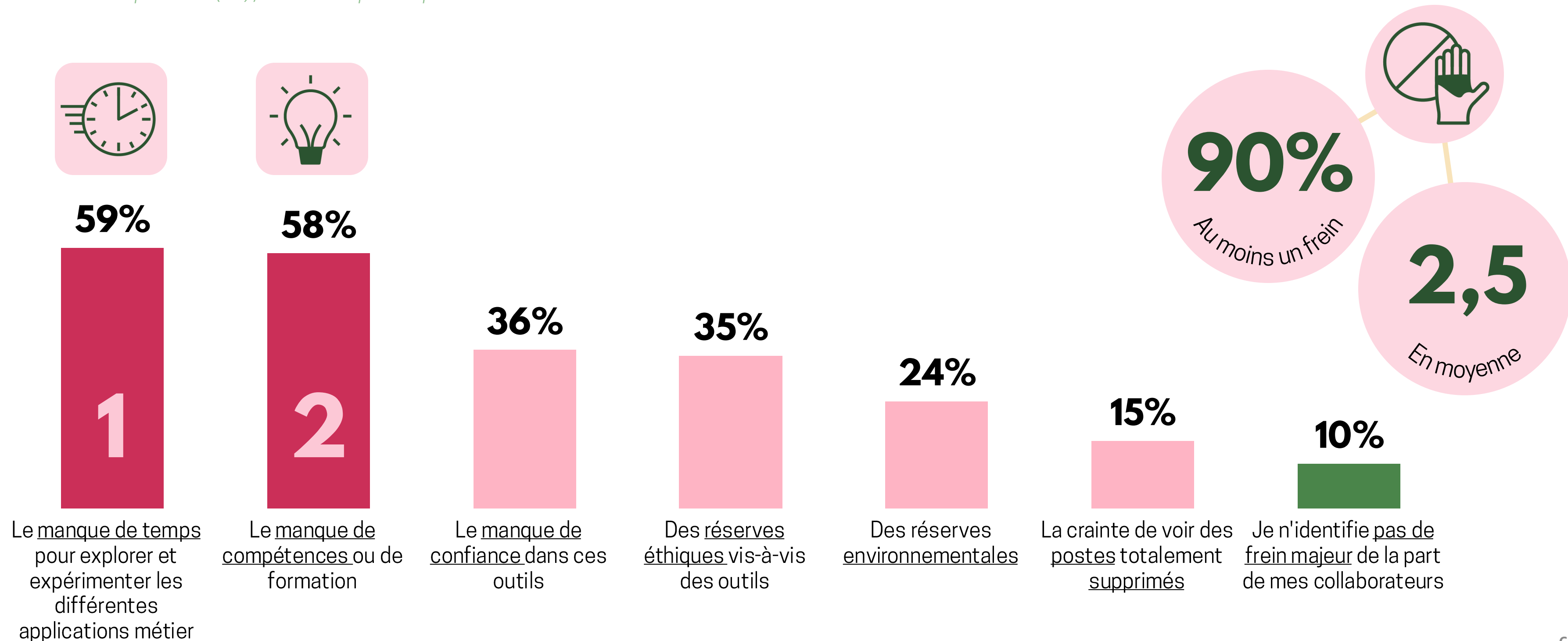
VS

58% citent le **manque de compétences comme frein majeur**

Le manque de *temps* et de *compétences*, principaux freins à un usage plus large de l'IA

q3. Quels sont aujourd'hui les trois principaux freins à l'usage plus large de l'IA par vos collaborateurs ?

Ensemble des répondants (78) / Plusieurs réponses possibles

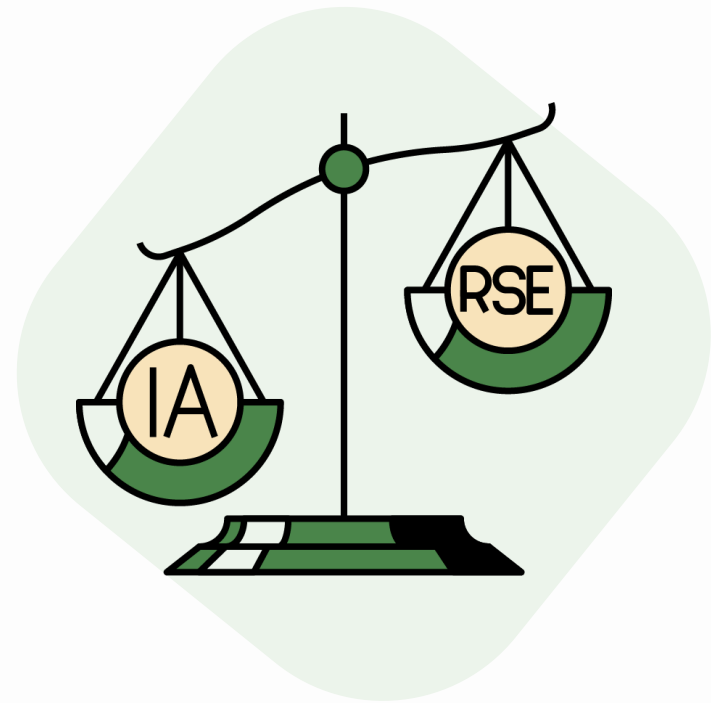


PARADOXE #2

**On pense que l'IA nuit à l'environnement,
mais on ne renonce à rien**

● AD~~E~~T~~E~~M opinionway

PARADOXE #2



57% des répondants reconnaissent un **impact environnemental négatif** de l'IA

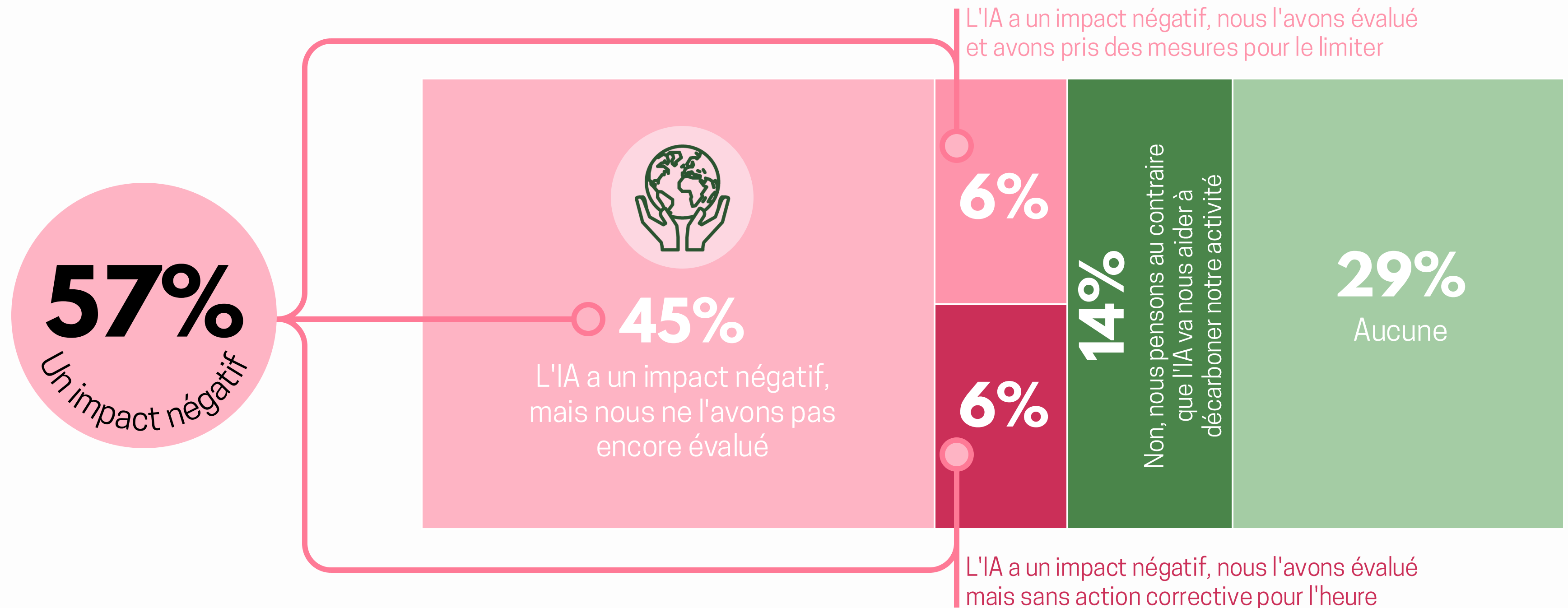
VS

68% n'ont **jamais renoncé à un usage pour des raisons éthiques ou environnementales**

L'impact négatif de l'IA sur l'environnement conscientisé, sans être évalué

q9. Laquelle de ces phrases correspond le plus à la position de la direction de votre entreprise sur l'IA et son empreinte environnementale ?

Ensemble des répondants (69)



PARADOXE #3

L'IA libère du temps mais génère de nouvelles tensions

● AD~~E~~T~~E~~M opinionway

PARADOXE #3



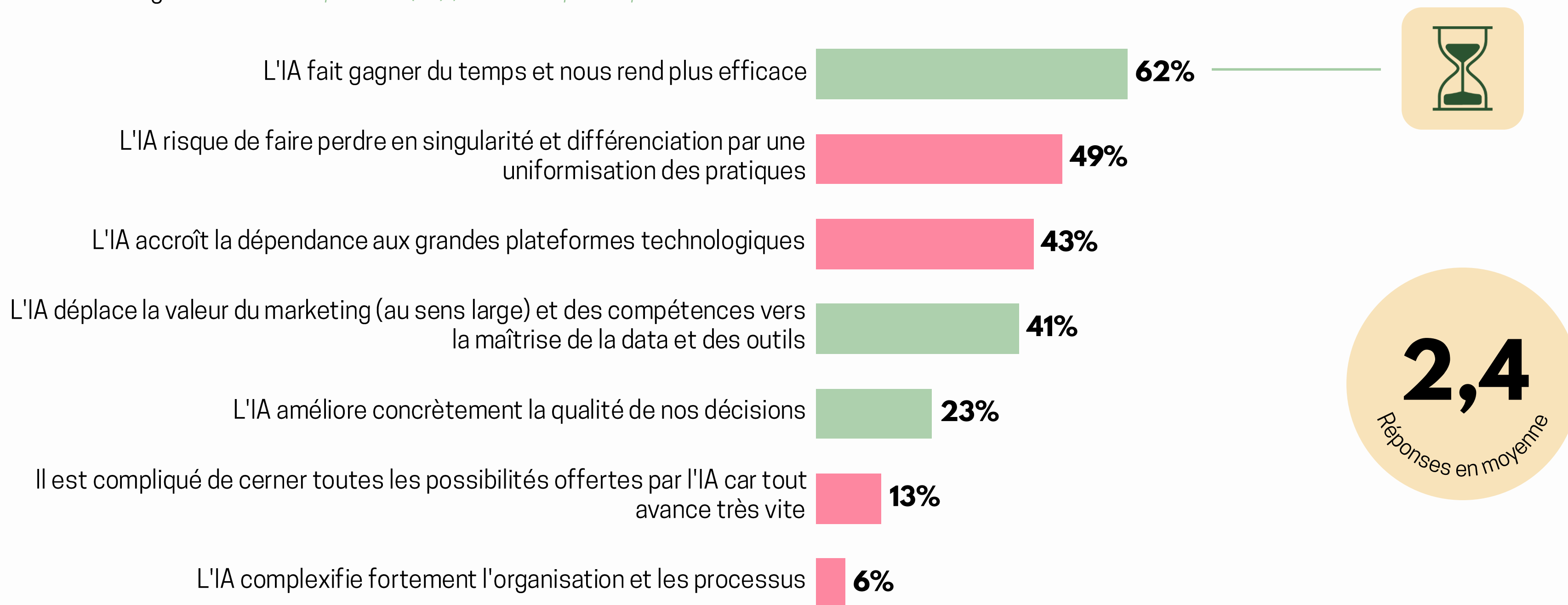
Pour **62%** des répondants **l'IA nous fait gagner du temps et nous rend plus efficace**

VS

49% estiment que cet outil **nous fait perdre en singularité**

Gain de temps, mais perte de singularité : illustration des positions ambivalentes face à l'IA

q13. Parmi les phrases suivantes quelles sont celles qui correspondent le plus à votre opinion au regard des usages de l'IA au sein de la fonction marketing ? *Ensemble des répondants (69) / Plusieurs réponses possibles*



TÉLÉCHARGEZ LA CHARTE IA ADETEM

Pour une utilisation responsable de l'intelligence artificielle en marketing.

