



Les directions de la communication peinent à débloquer les budgets nécessaires pour le déploiement de l'IA selon une étude* réalisée par le E-CERCLE et JIN

Paris, le 3 février 2025 | Le E-CERCLE, communauté des professionnels de la communication corporate digitale et l'agence JIN, spécialiste de l'influence digitale et des relations publics, publient une étude sur la prise en main de l'IA par les directions de la communication corporate des grandes entreprises en France.

Des directions de la communication déjà impactées

La majorité des directions de la communication interrogées indiquent que **l'impact de l'IA est déjà fort (40%) ou très fort (11%) dans leurs opérations**. Parmi les domaines de la communication qui sont les plus impactés par l'IA aujourd'hui, on retrouve la production de contenu (cité par 81% des sondés), la créativité et stratégie de communication (63%) et la veille et les études (52%).

Les principaux avantages de l'utilisation de l'IA pour les équipes communication corporate : utile pour **la productivité (63%)**, la **créativité (48%)** et **l'efficacité (26%)**.

Pour 93% des sondés, l'IA aura un impact au moins similaire à l'arrivée d'internet, pour tous les métiers.

Des directions en transformation

Dans ce contexte, les directions de la communication se préparent à faire face à cette révolution. **Déjà 1/3 des équipes se disent "AI ready" et 2/3 l'utilisent à un niveau expérimental**. Cette étude nous apprend également qu'un tiers des équipes accepte avec des réserves l'arrivée de l'IA dans les métiers.

Les directions communication ont approché l'IA par le concret et les cas d'usage (93%), en insistant sur la formation de leurs équipes (74% des directions de la communication interrogées ont mis en place une formation "pratique" et 52% d'entre elles une formation "magistrale"). Une approche terrain intéressante pour l'acculturation et l'appropriation des outils.

Mais paradoxalement, si la grande majorité des sondés considèrent que l'IA aura un impact fort dans leur direction, **l'investissement ne semble pas suivre l'enjeu**. 67% prévoient d'investir un peu plus dans l'adaptation de leurs équipes à l'IA et seulement 30% beaucoup plus.

“Une grande surprise pour nous a été de se rendre compte que les directeurs de la communication voient venir la vague IA, mais les investissements financiers pour y faire face ne suivent pas. C'est un peu comme vouloir traverser un désert avec une gourde à moitié vide : on connaît l'ampleur du défi, mais on n'est pas équipé pour le relever”, constate Alexandre Villeneuve, co-fondateur de l'agence JIN et auteur du *Manuel de survie à l'IA* (Editions Ellipses).

Des défis à relever

Pour l'heure, l'IA est utilisée de manière expérimentale dans 63% des actions entreprises par les directions de la communication (créations de contenu, etc.), mais son usage opérationnel reste limité à 30%. Les directions communication peinent encore à trouver les leviers pour accélérer cette adoption.

L'étude met en lumière des freins significatifs, tels que **les enjeux de sécurité**, cités par 56% des sondés, ou le temps nécessaire pour **la formation** (44%), ainsi que les **délais de mise en place IT** (37%). Ces enjeux doivent être résolus pour instaurer la confiance nécessaire au déploiement à grande échelle de ces technologies.

“Si l'IA promet d'améliorer la créativité, la productivité et l'internationalisation des communications, elle soulève aussi des enjeux majeurs tels que la gestion de la désinformation, la standardisation des contenus et les questions éthiques liées à la transparence et à la confiance” ajoute Marylène Rofidal, coordinatrice du E-CERCLE.

*Méthodologie

Cette étude, réalisée entre juin et septembre 2024, s'appuie sur un panel de 37 directeurs de la communication corporate ou digitale issus de 100 grandes entreprises françaises du CAC 40 et du SBF 120. Elle combine une approche quantitative et qualitative pour dresser un panorama précis des enjeux et perspectives liés à l'intégration de l'IA dans les métiers de la communication.

À propos du E-CERCLE

Depuis plus de 20 ans, l'E-CERCLE regroupe les professionnels des grands groupes autour de leurs enjeux communication corporate digitale. Aujourd'hui, avec notamment une vingtaine d'événements annuels, plusieurs centaines de communicants (provenant d'une cinquantaine d'entreprises : CAC 40, grandes institutions, etc.) partagent leurs expériences et bonnes pratiques en communication digitale corporate.

À propos de JIN

JIN est une agence indépendante de relations publics fondée en 2012. Nos 140 experts accompagnent des leaders de tous secteurs à travers l'Europe. JIN a été élue Agence de Relations Publiques de l'année en France en 2022, ainsi que Agence Digitale EMEA de l'année 2023 par PProvoke.

Contact presse JIN : Marion Lambert - +33 6 13 61 74 69 - mlambert@jin.fr