



#### Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Trévise - 75009 Paris

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

[vincent.darricarrere@bm.com](mailto:vincent.darricarrere@bm.com)

Rivély Monampassi

01.56.03.12.13

[rively.monampassi@bm.com](mailto:rively.monampassi@bm.com)

ALERTE PRESSE

## 88 % des entreprises françaises misent sur l'IA pour renforcer la personnalisation

**Les entreprises françaises ayant adopté l'IA embauchent et forment leurs collaborateurs pour offrir aux clients des expériences digitales mieux adaptées**

**Paris, France — 13 novembre 2018** — Les entreprises françaises adoptent l'intelligence artificielle (IA) pour donner du sens aux données client et offrir des expériences mieux adaptées et plus personnalisées, tout en se conformant au RGPD. Une étude menée par Adobe — qui sera publiée prochainement dans un rapport intitulé [Context is Everything](#) — montre qu'une immense majorité des entreprises françaises (88 %) citent la personnalisation parmi leurs priorités, alors qu'elles sont seulement 35 % à déclarer offrir actuellement un niveau de personnalisation suffisant.

Si ce pourcentage est supérieur à celui de la plupart des marchés européens couverts par l'enquête (42 % en Allemagne, 35 % en Suisse, 30 % au Royaume-Uni, 23 % dans les pays nordiques et seulement 22 % au Benelux), il reste encore du chemin à parcourir et la priorité doit être donnée à une gestion plus efficace des données.

Presque les deux tiers (65 %) des entreprises françaises déclarent collecter des volumes de données trop importants provenant d'un trop grand nombre de sources et la moitié d'entre elles (50 %) affirment qu'elles ne traitent pas ces données assez rapidement. Presque la moitié des interrogés (44 %) déclarent en outre que le RGPD a contribué à freiner leur processus de personnalisation.

L'IA promet de donner aux entreprises une plus grande maîtrise de leurs données et la capacité de mieux les analyser, ce qui séduit les marques françaises. Plus des deux tiers (67 %) prévoient une mise en œuvre de l'IA d'ici 2019, ce chiffre atteignant 91 % d'ici 2020.

Lionel Lemoine, Head of Solution Consulting, South West Europe chez Adobe constate : « *Les entreprises françaises sont parfaitement conscientes de la nécessité de se rapprocher de leurs clients et de leur offrir des services plus personnalisés si elles veulent rester dans la course. Il y a encore quelques années, il semblait impossible d'atteindre le niveau d'analytics nécessaire à une personnalisation efficace à grande échelle. C'est désormais possible grâce à l'IA qui permet aux entreprises d'obtenir rapidement des informations cruciales sur le client à partir de gigantesques volumes de données.* »

#### Compétences requises et culture de la responsabilité

Les entreprises françaises veulent s'assurer de recueillir les fruits de leur investissement dans l'IA. Pour ce faire, elles misent clairement sur le recrutement de nouveaux talents, mais aussi la formation de leurs collaborateurs :

- 71 % recrutent un personnel compétent pour tirer parti de l'IA.
- 66 % forment leurs collaborateurs actuels.

- Les trois principales compétences recherchées par les entreprises françaises sont celles en informatique (53 %), en analyse des données (49 %) et en éthique (48 %).
- Les compétences en marketing et en informatique (64 %) sont les deux priorités en matière de formation des salariés actuels, suivies de celles en analyse des données (62 %).

Lionel Lemoine poursuit : « *Les marques françaises n'envisagent pas l'IA que sous un angle technologique. Elles misent sur des compétences plus larges incluant la gestion optimisée de l'expérience client et une approche éthiquement et culturellement juste, aussi bien pour elles que pour leurs clients.* »

#### **Méthodologie :**

Adobe a chargé le cabinet d'études Coleman Parkes d'interroger 600 décideurs, à raison de 100 par région ou pays européen suivant : Allemagne, Benelux, France, pays nordiques, Royaume-Uni et Suisse. Les entretiens se sont déroulés entre le 21 août et le 12 septembre 2018. Les résultats complets de l'enquête sont disponibles [ici](#).

#### **À propos d'Adobe**

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>.

###

© 2018 Adobe Systems Incorporated Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.