



# **Perceptions et attentes terrain**

**Sujet : IA génératives comme ChatGPT**

**Client : Comongo**

## **01/** Evocations

Aujourd'hui, ce que les IA génératives comme ChatGPT m'évoquent, c'est...

## **02/** Adhésions

Ce que j'aime au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...

## **03/** Rejets

Ce que j'aime moins au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...

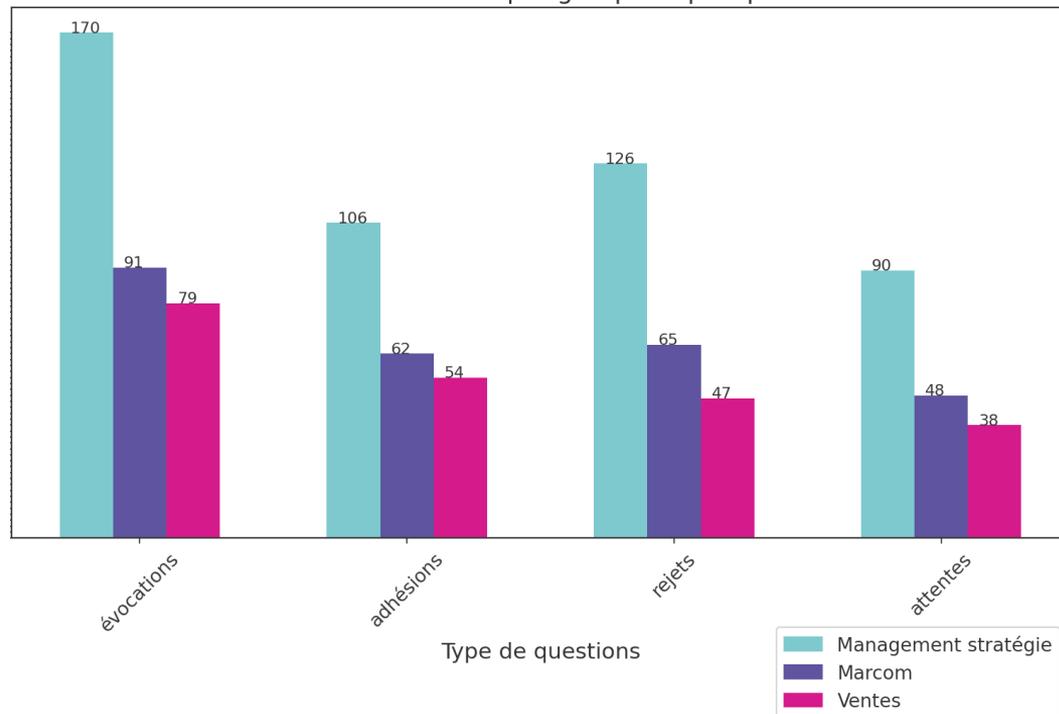
## **04/** Attentes

Ce que je ne sais pas au sujet des IA génératives comme ChatGPT et que j'aimerais qu'on me dise, c'est...

Profils cibles	Nb interviewés
Groupe 1 : Management stratégie	53
Groupe 2 : Marcom	25
Groupe 3 : Ventes	25
	103

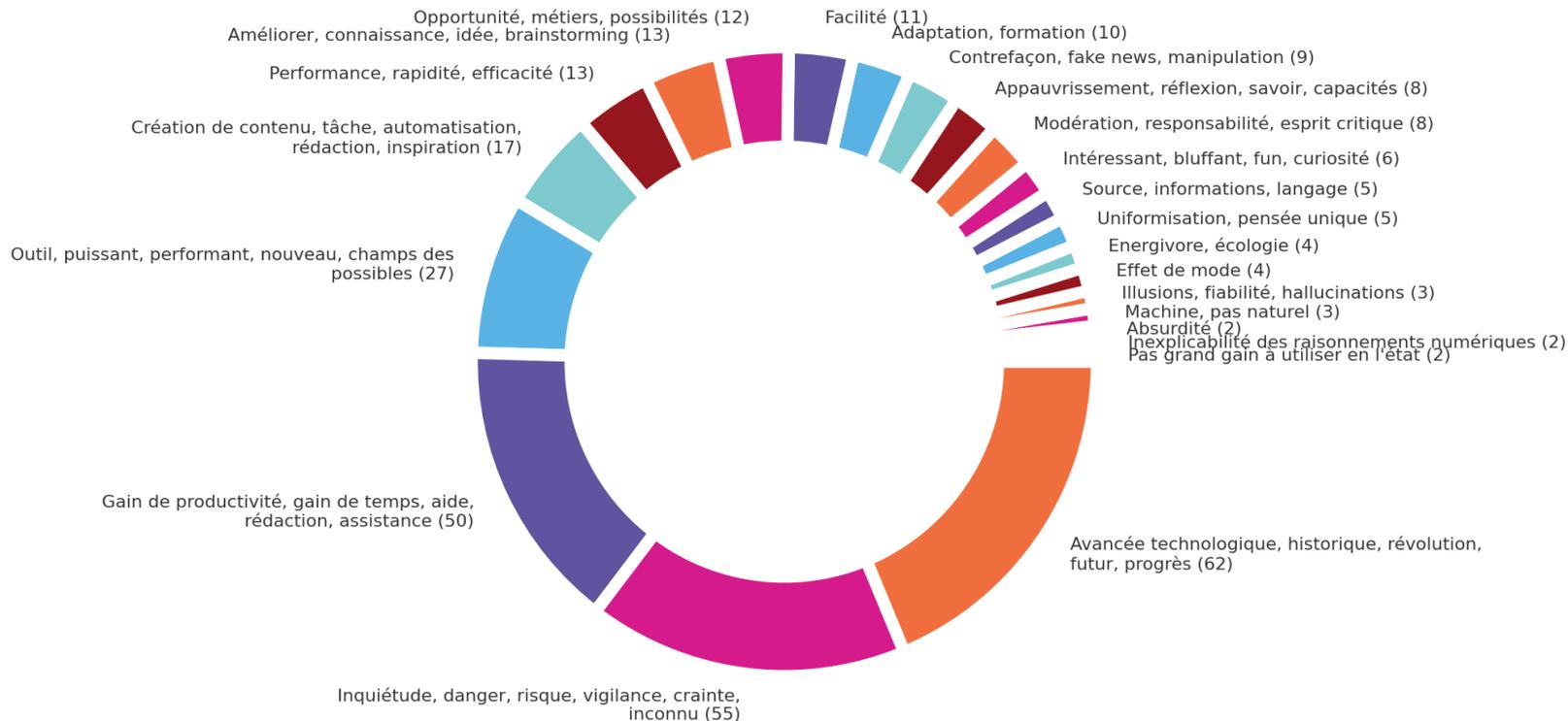
**Nous avons recueilli 976 idées au total,  
soit environ 9 contributions d'idées par personne**

Nombre d'idées total par groupe et par question

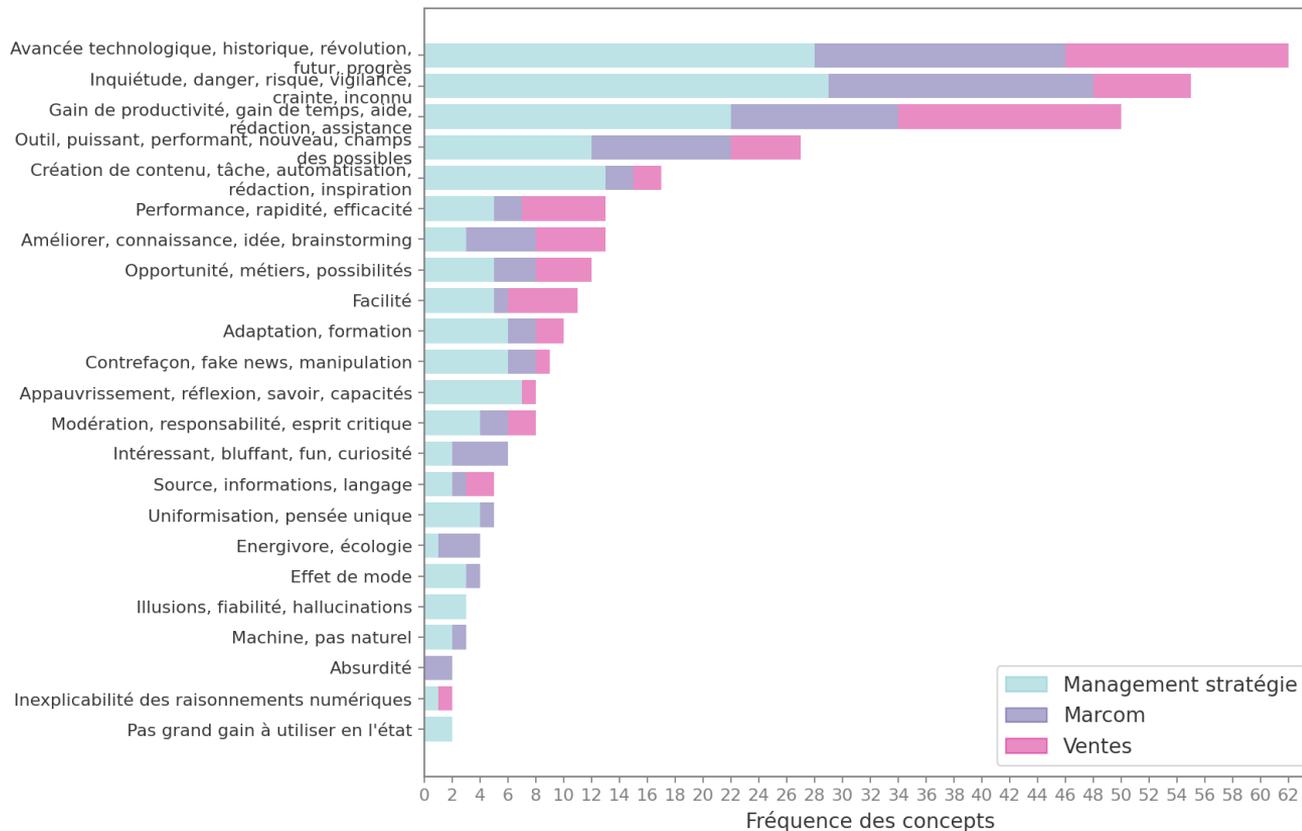


# Aujourd'hui, ce que les IA génératives comme ChatGPT m'évoquent, c'est...

## 01/ Evocations



# Aujourd'hui, ce que les IA génératives comme ChatGPT m'évoquent, c'est...



# Aujourd'hui, ce que les IA génératives comme ChatGPT m'évoquent, c'est...

Extraits de verbatims

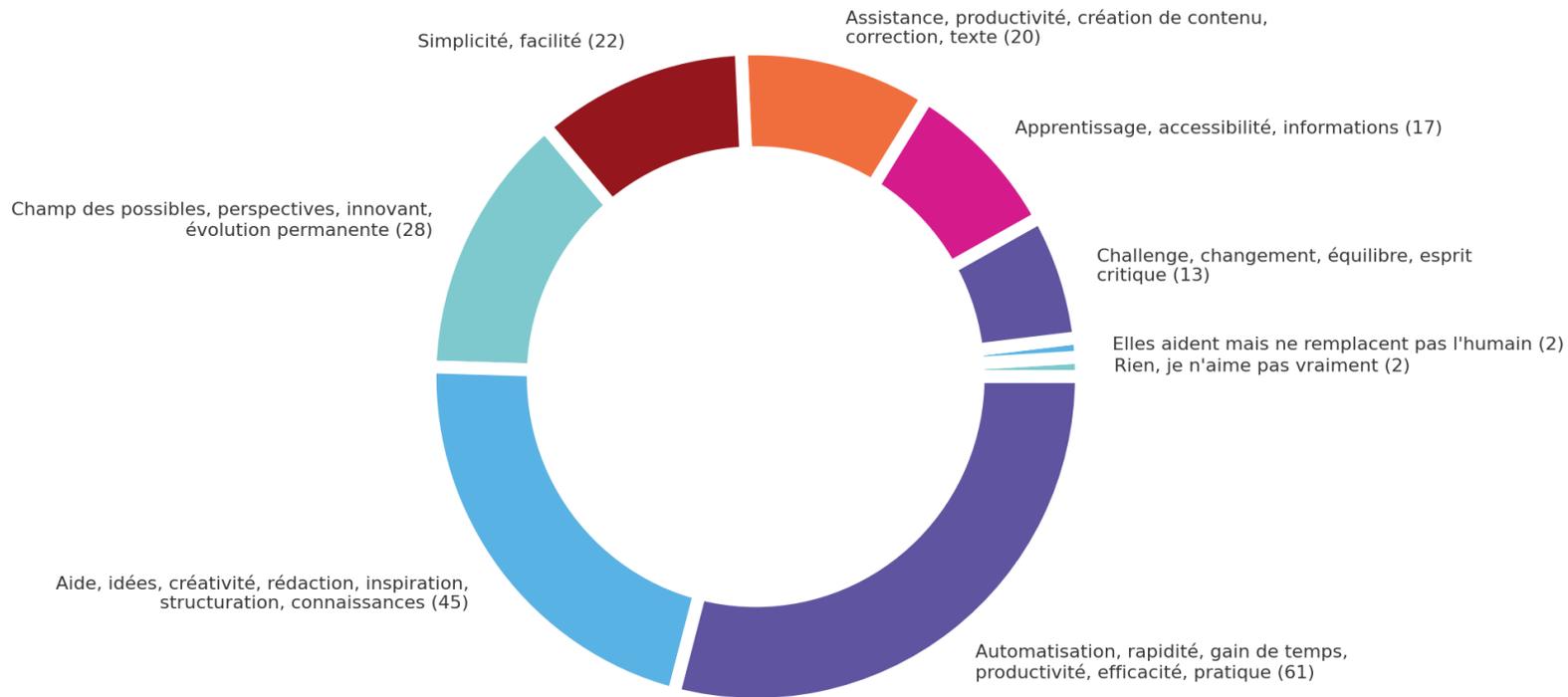
“ Pour moi, l'émergence de l'intelligence artificielle générative représente un moment charnière pour notre société, similaire à l'impact qu'a eu l'invention de l'imprimerie par Gutenberg. ”

“ Une évolution majeure qui nous fait changer de paradigme ”

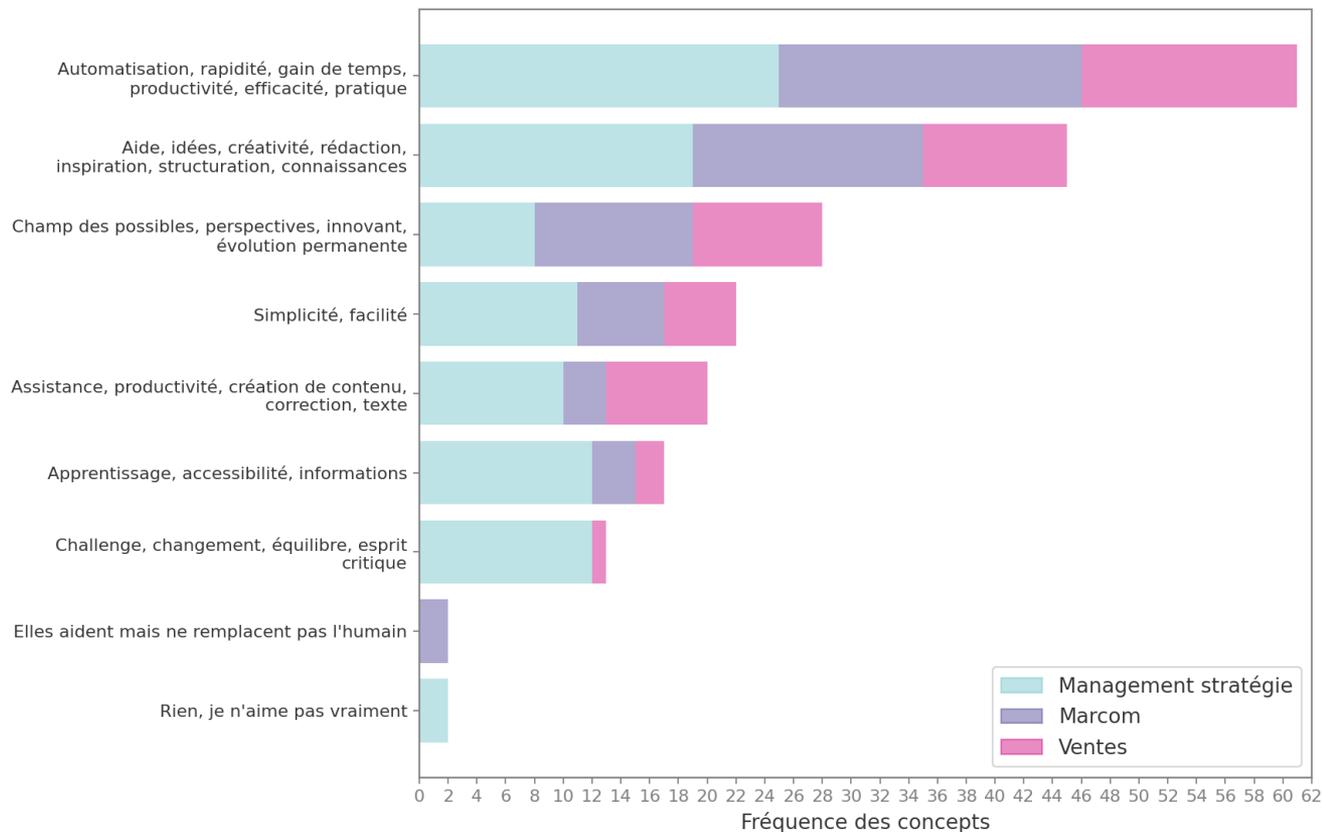
“ La crainte qu'elles soient beaucoup utilisées à mauvais escient (par exemple deep fake) ”

“ Une interrogation sur la capacité de la société à comprendre et réguler cette technologie ”

# Ce que j'aime au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...



# Ce que j'aime au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...



# Ce que j'aime au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...

## Extraits de verbatims

“ Ces outils révolutionnent notre façon de travailler en automatisant des tâches répétitives et en nous aidant à concentrer nos efforts sur des activités à plus forte valeur ajoutée. Que ce soit pour rédiger des emails, générer des rapports ou même coder, ChatGPT et ses semblables peuvent considérablement réduire le temps et l'effort nécessaires pour accomplir ces tâches. ”

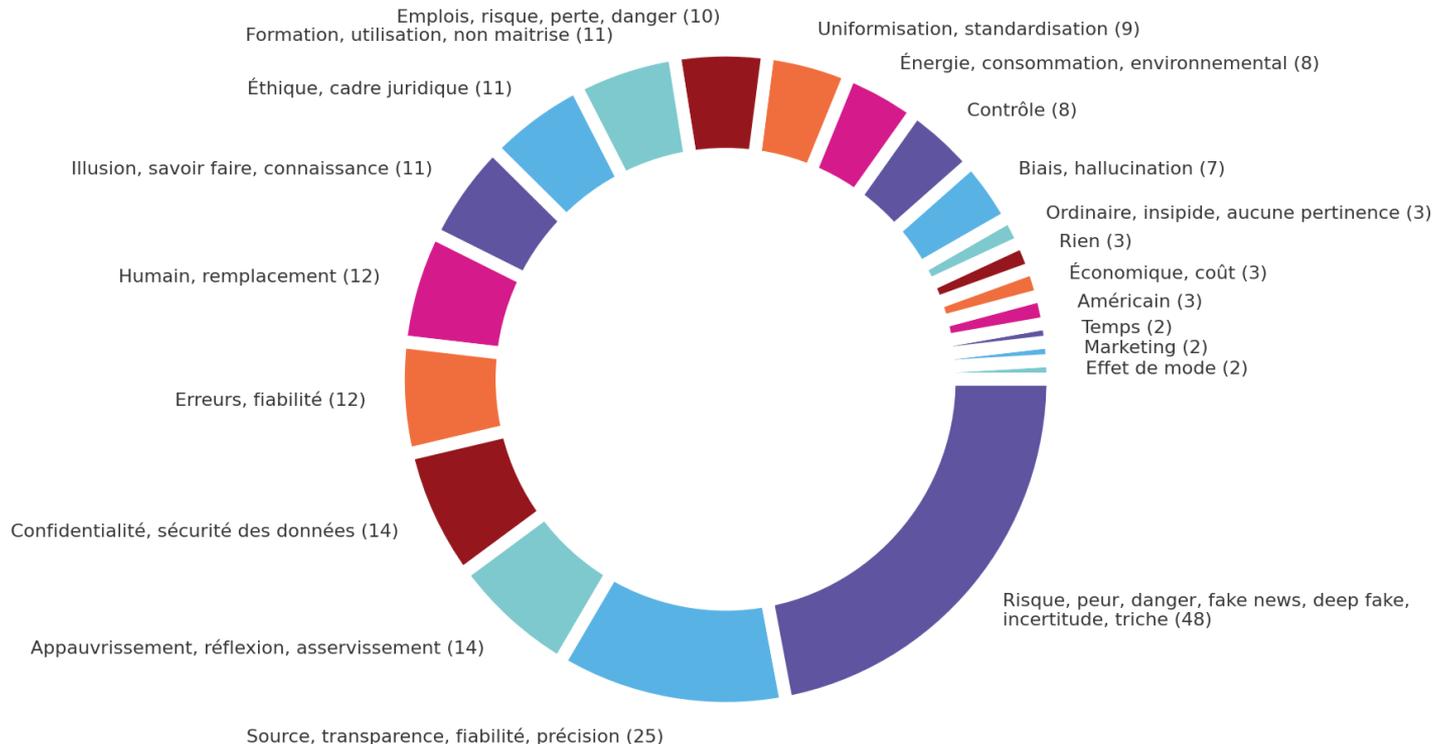
“ Elles aident mais ne remplacent pas l'humain ”

“ Le gain de temps / La réactivité et l'IHM ”

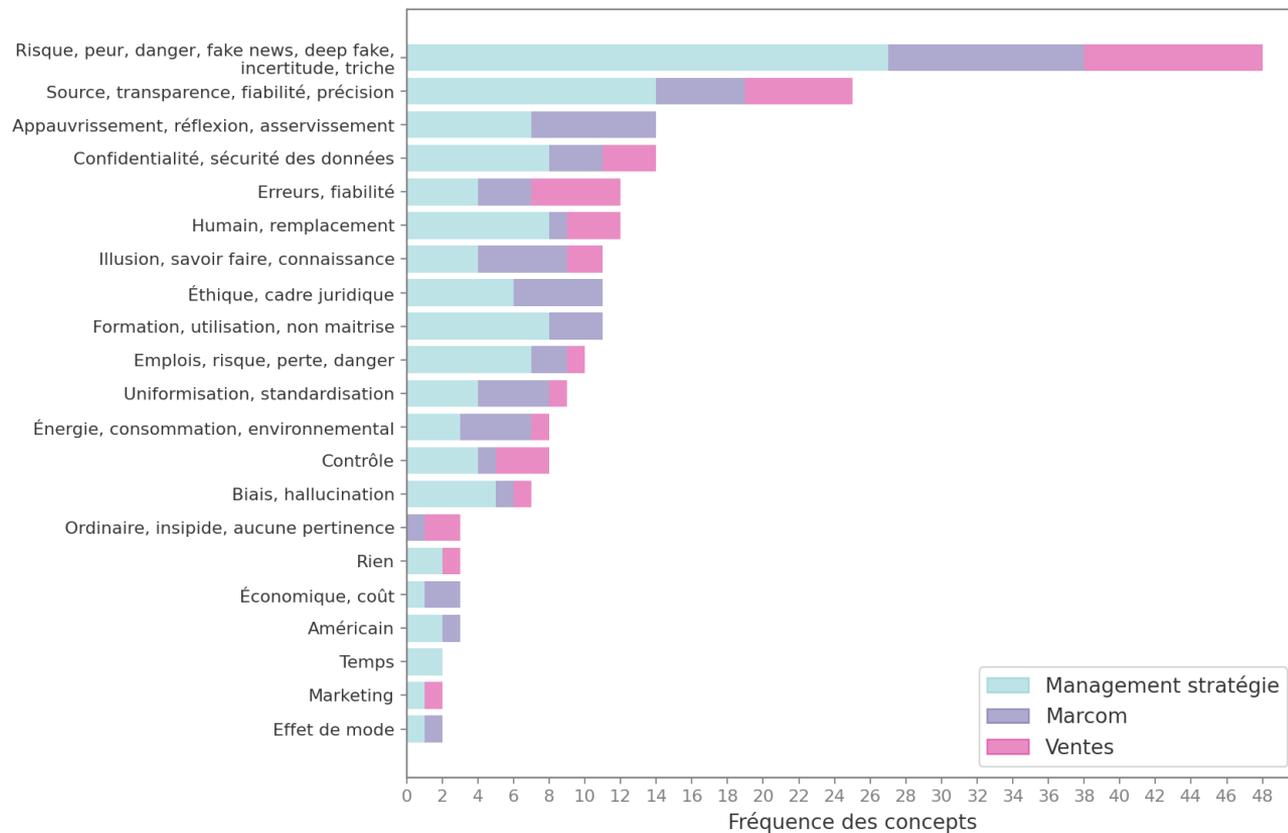
“ La capacité à proposer une variété de possibles, de générer des suggestions ”

# Ce que j'aime moins au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...

## 03/ Rejets



# Ce que j'aime moins au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...



# Ce que j'aime moins au sujet des IA génératives comme ChatGPT, c'est...

Extraits de verbatims

“ Leur incapacité à citer leurs sources, leur propension aux hallucinations et leur dangerosité quant au fait que celles-ci apparaissent très crédibles ”

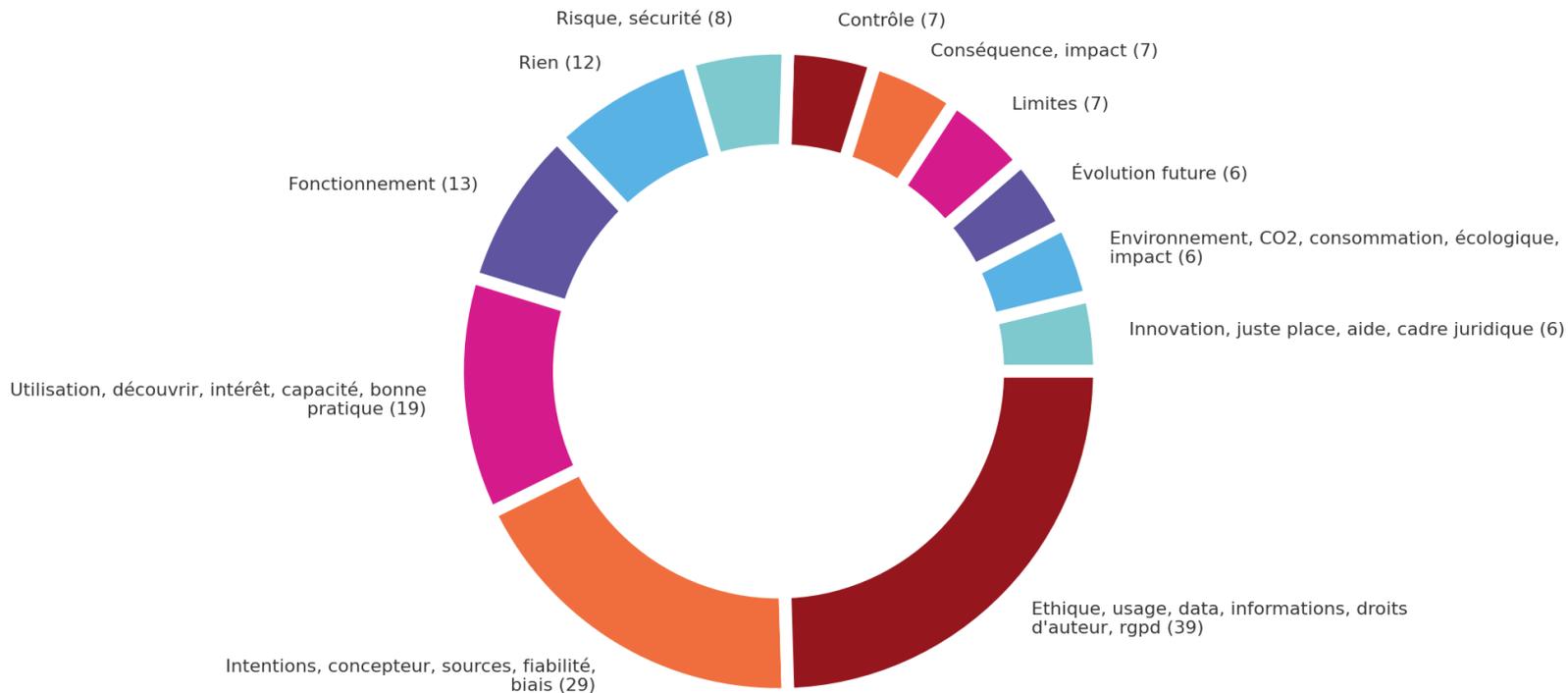
“ Qu'on ne sache pas exactement d'où proviennent les informations, quelles sont les sources et à qui doit-on créditer les droits d'auteur. ”

“ Trop consommatrice d'énergie ”

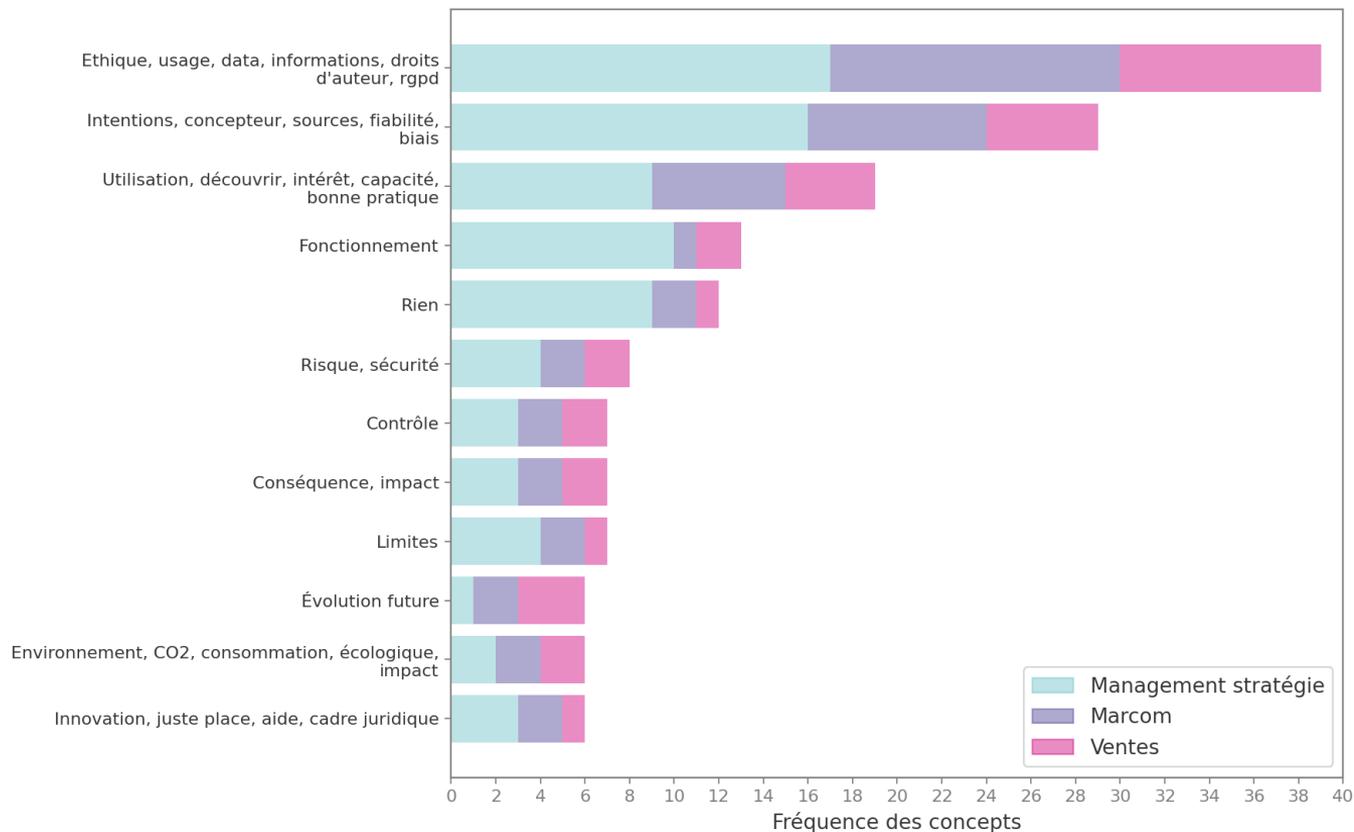
“ Le grand danger qu'elles représentent, notamment dans les abus, les fake news et les deep fake ”

“ Ça fait peur... surtout pour les dernières générations qui n'ont pas acquis les réflexes de la pensée critique ”

# Ce que je ne sais pas au sujet des IA génératives comme ChatGPT et que j'aimerais qu'on me dise, c'est...



# Ce que je ne sais pas au sujet des IA génératives comme ChatGPT et que j'aimerais qu'on me dise, c'est...



# Ce que je ne sais pas au sujet des IA génératives comme ChatGPT et que j'aimerais qu'on me dise, c'est...

Extraits de verbatims

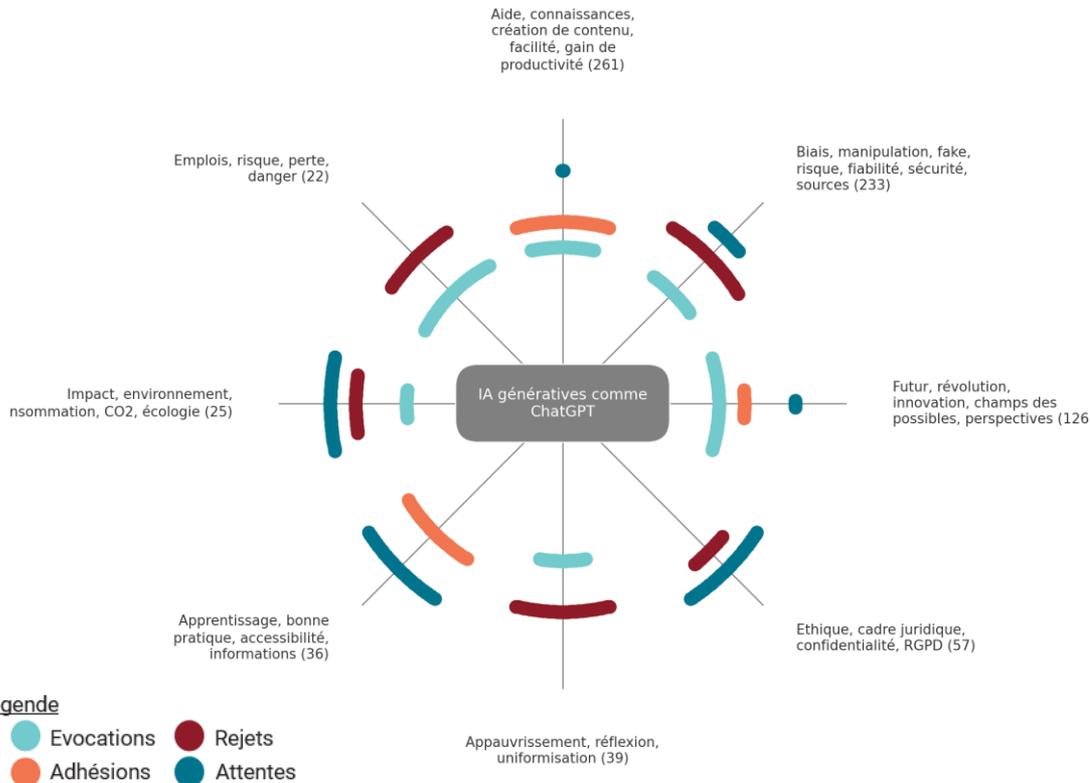
“ Comment elles peuvent servir aux professionnels au lieu de les remplacer ”

“ Comment respecter les directives RGPD avec l'IA ”

“ Quelles sources les ont alimentées ”

“ Comment sont traitées mes données personnelles, suis-je anonyme ?  
Sinon, qui disposent de ces informations, jusqu'à quel point puis-je  
me dévoiler à une IA ? ”

“ Comment distinguer la créativité "humaine" de la créativité "artificielle" ? ”



## Explications de lecture

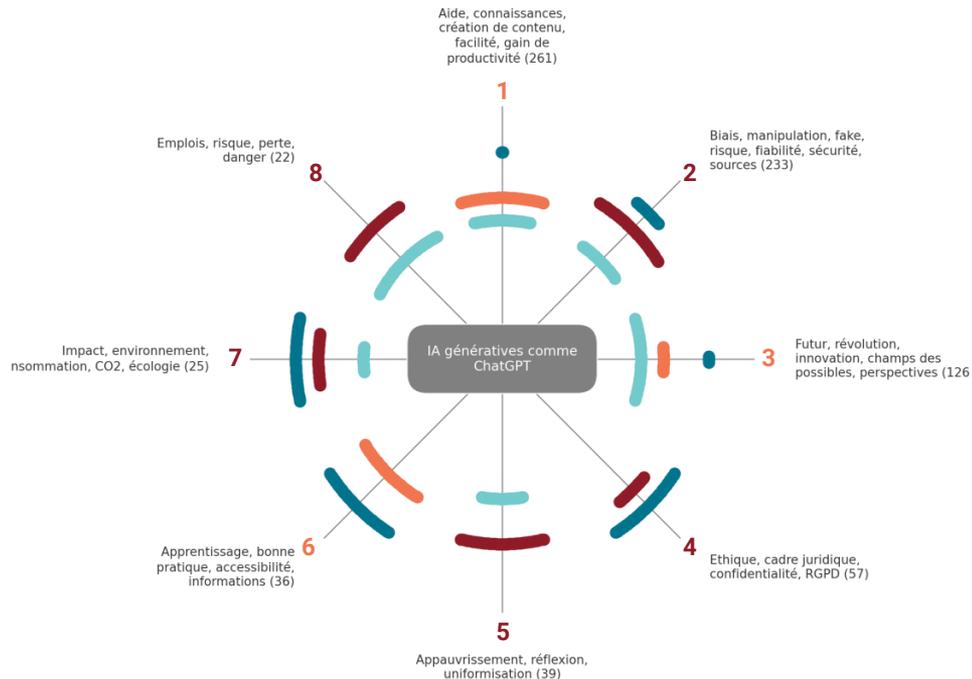
La boussole d'image perçue (ou de polarité) se lit de deux manières :

1. Dans le sens des aiguilles d'une montre, par ordre décroissant, pour présenter le poids des différents attributs de perception. Le poids étant représenté par le chiffre entre parenthèses, correspondant au nombre de fois où l'attribut est apparu dans les réponses.
2. Selon la polarité positive ou négative des attributs de perception sur les axes (les arcs de cercle orange marquant le positif/l'adhésion, et rouge bordeaux marquant le négatif/le rejet)

Chaque concept, positif ou négatif, peut plus ou moins être renforcé par des attributs dits instinctifs provenant des évocations (en image de marque, cela s'apparente à l'ADN du sujet), et des attributs dits adaptatifs que sont les attentes en matière de discours, de postures, de précisions, selon le contexte du sujet d'étude.

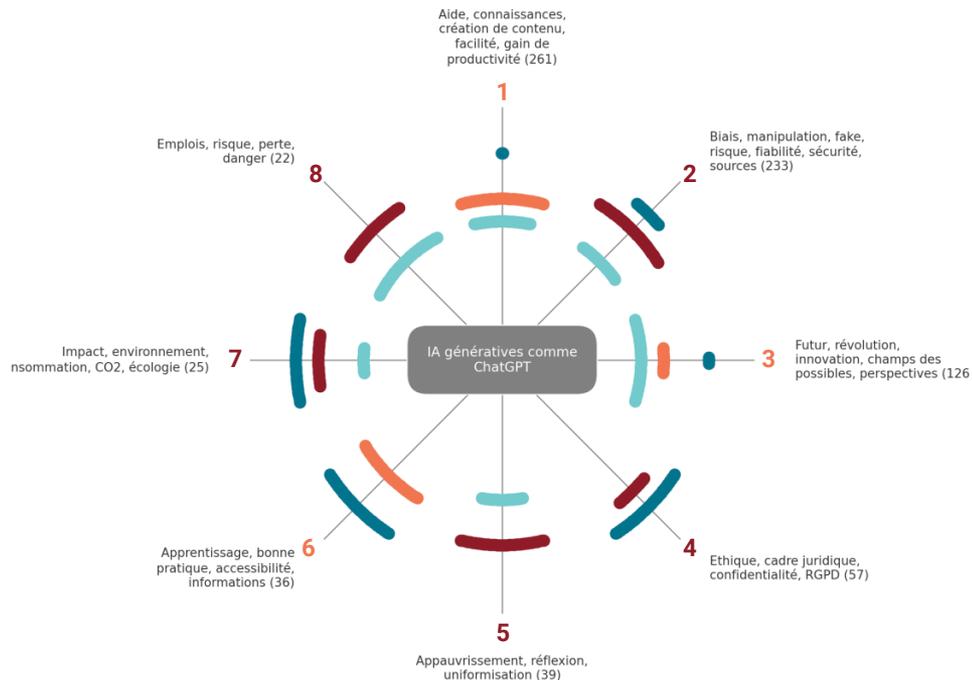
## Que retenir de l'étude ?

1. Les facteurs d'« **aide à la connaissance, création de contenu, facilité et gain de productivité** » sont perçus comme l'ADN naturel des IA génératives et sont appréciés pour cela. C'est un facteur crédible et positif.
2. En revanche, l'étude montre des craintes et des attentes sur les IA autour des « **risques de manipulation, de biais, de la fiabilité de cette technologie, de la sécurité et des sources** ».
3. Le troisième axe « **futur, révolution, innovation, champs des possibles, perspectives** » représente une évidence pour les publics interrogés, mais n'est pas un facteur de forte adhésion et d'attentes.
4. Le facteur d'« **éthique, cadre juridique, confidentialité, RGPD** » reste un point de vigilance ou de crainte de la part des interrogés avec de fortes attentes d'éclaircissement.



## Que retenir de l'étude (suite) ?

5. Le concept « **appauvrissement, réflexion, uniformisation** » apparaît instinctivement pour une minorité de la population interrogée, et est, en revanche, plus présent dans les rejets.
6. Le 6ème axe révèle qu'il y a une envie d'apprendre autour des IA, avec un concept marqué par les adhésions et les attentes qui est « **apprentissage, bonne pratique, accessibilité, informations** ».
7. Le facteur d'« **impact, environnement, consommation, CO2, écologie** » est peu revenu dans les idées, apparaissant comme une préoccupation minoritaire de rejets et d'attentes parmi les interviewés.
8. En dernier lieu, le concept « **Emplois, risque, perte, danger** » même si mineur apparaît dès les évocations et revient comme une crainte perçue.

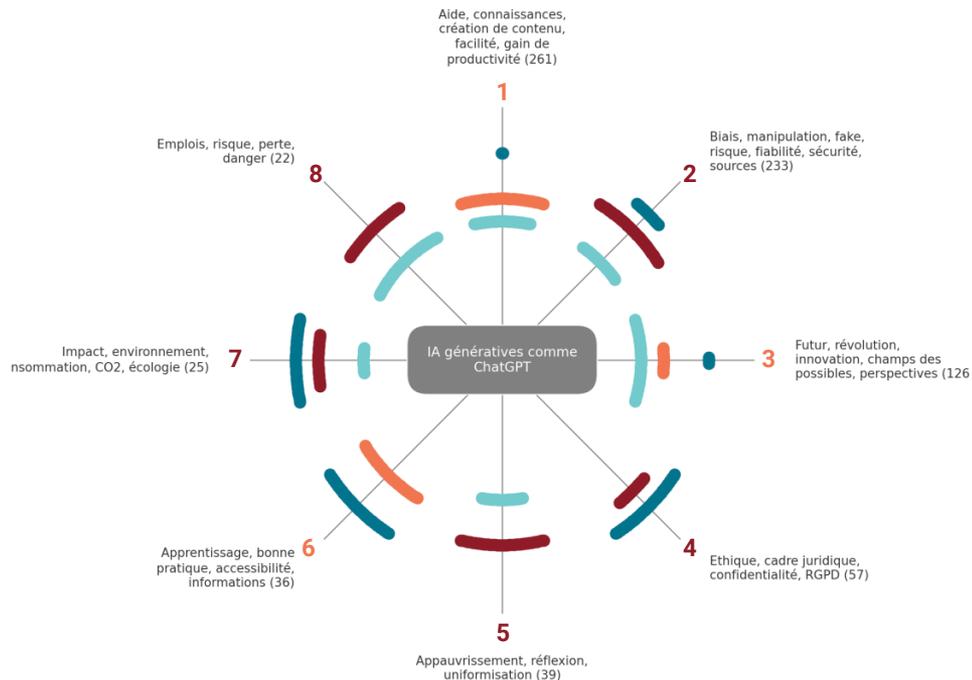


## Et maintenant ?

**A vous, selon votre usage des IA génératives dans votre business, votre contexte, votre vision métier, d'utiliser ces données pour ajuster votre positionnement et votre discours et mieux embarquer vos clients et vos équipes.**

Celles et ceux dont l'activité n'a pas de lien avec les IA génératives, nous espérons que cette étude vous aura apporté des informations intéressantes. Peut-être, vous reconnaitrez-vous dans tout ou partie de ces ressentis qualitatifs terrain.

Des questions sur l'utilisation de ces données dans votre organisation ? Contactez-nous.





**Prenez les décisions que vos publics attendent vraiment**



[contact@comongo.fr](mailto:contact@comongo.fr)  
+33 (0)9 72 28 07 39

[www.comongo.fr](http://www.comongo.fr)