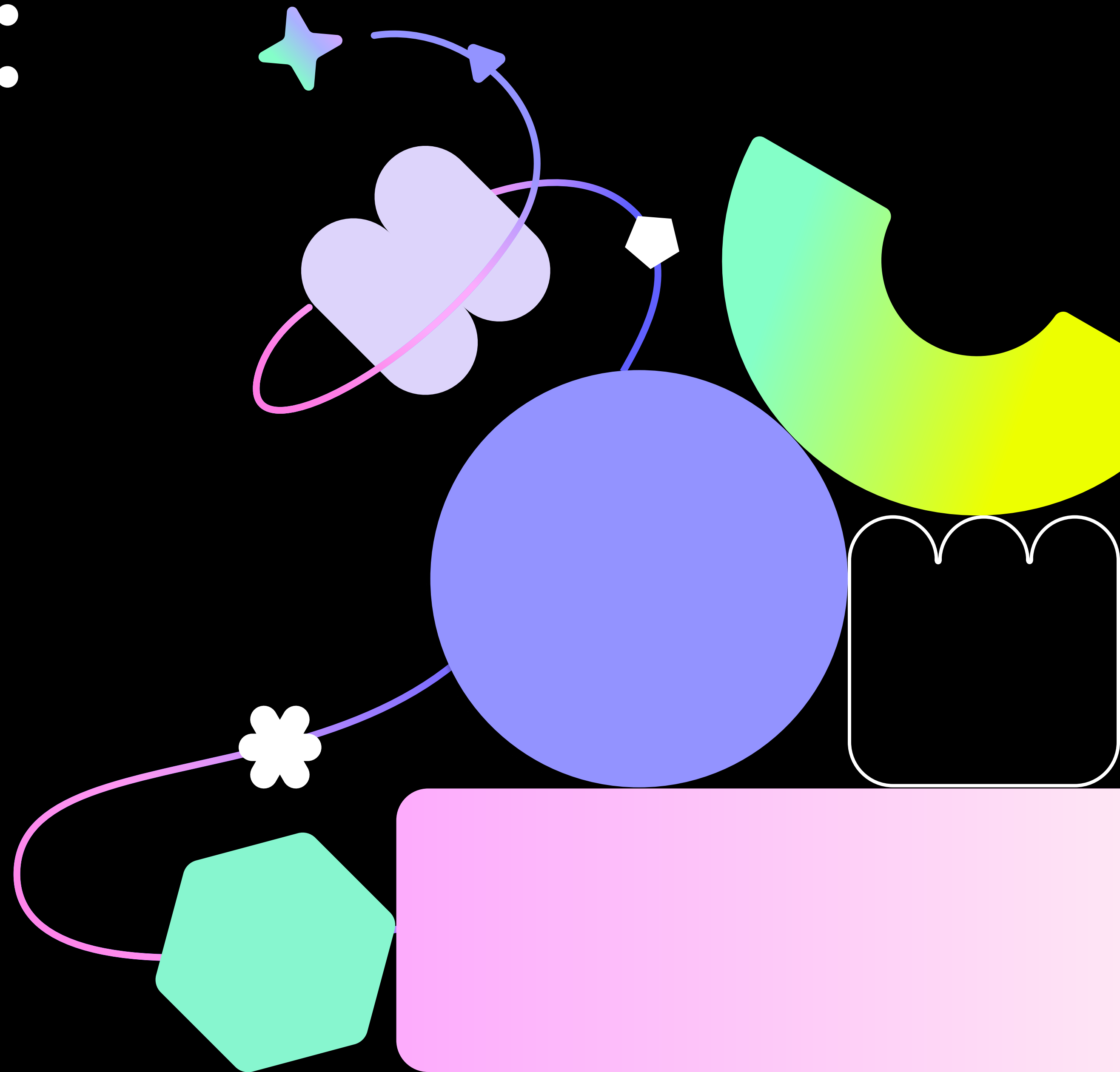


L'IA au travail : De la vision à la valeur

Ce que révèlent 500 directeurs et des millions de workflows monday.com sur la réalité émotionnelle de l'adoption de l'IA



*

Introduction

L'IA nous a été présentée comme une révolution, capable de transformer notre façon de travailler, de penser et de créer. Les titres annonçaient une accélération de l'innovation, une refonte de secteurs entiers, voire l'obsolescence de l'humain.

Pour comprendre comment l'IA est réellement utilisée en entreprise et ce qui motive vraiment son adoption, monday.com s'est associé à Nielsen pour interroger 500 directeurs aux États-Unis et au Royaume-Uni. Leurs réponses ont été croisées avec les données issues de millions de workflows monday.com, pour offrir une vision claire et en temps réel de l'intégration de l'IA dans les organisations, tous secteurs, départements et processus quotidiens confondus.

Spoiler : il ne s'agit pas de révolution. Mais de résultats.

Le potentiel d'innovation de l'IA est illimité. Mais notre étude montre qu'aujourd'hui, son impact est avant tout concret. Tous secteurs et tailles d'entreprise confondus, les directeurs ne recherchent pas des avancées futuristes ou des robots qui parlent. Leur innovation passe par l'automatisation et par des façons de travailler plus intelligentes, plus rapides et moins contraignantes.

Nous appelons cette phase par son vrai nom : **l'ère opérationnelle de l'IA**. Une ère portée non par la vision, mais par la valeur. Où les outils qui s'imposent ne sont pas les plus brillants, mais ceux qui fonctionnent. Ceux qui sont accessibles. Faciles à utiliser. Et réellement adoptés. Ce n'est pas l'ère de l'IA qu'on nous avait promise. Mais celle dont nous avons besoin.

Dans les pages qui suivent, vous découvrirez comment le pragmatisme prend le pas sur les promesses, comment la saturation d'outils influence l'adoption, et ce qui motive réellement les directeurs à intégrer l'IA. Nous analyserons aussi les secteurs où elle s'installe durablement, les fonctions où elle devient essentielle, et les profils parfois inattendus qui l'utilisent déjà.

Statistiques stratégiques



Aucune solution ne répond à tous les besoins en IA.

76 % des directeurs déclarent alterner entre différents outils d'IA.



La confidentialité, frein à l'adoption de l'IA.

40 % des directeurs citent des préoccupations en matière de confidentialité comme un obstacle à l'adoption de l'IA.



L'adoption de l'IA est guidée par le pragmatisme

Les directeurs citent la rapidité (59 %), la précision (56 %) et la productivité (53 %) comme principaux moteurs de l'adoption de l'IA.



Les femmes sous-estiment leurs compétences en IA

Les femmes ont 80% plus de chances que les hommes de déclarer n'avoir que « quelques notions » en IA.



La culpabilité liée à l'IA dans les entreprises

Les directeurs des grandes entreprises sont deux fois plus enclins à craindre le jugement lié à l'utilisation de l'IA.

Méthodologie

Ce rapport s'appuie sur trois perspectives qui se recoupent.

#1 | Enquête Nielsen auprès des chefs d'entreprise

L'équipe de recherche de monday.com s'est associée à Nielsen, leader mondial de la mesure d'audience, des données et des statistiques, pour interroger 500 directeurs au sein d'organisations (de plus de 500 employés) aux États-Unis et au Royaume-Uni. Le panel regroupe des services et secteurs variés, équilibrés entre trois dimensions de taille d'entreprise.

Les directeurs ont commenté leurs expériences avec l'IA, y compris l'utilisation, la confiance, les moteurs clés et les obstacles, mais également donné leur avis sur la manière dont l'IA façonne leur travail.

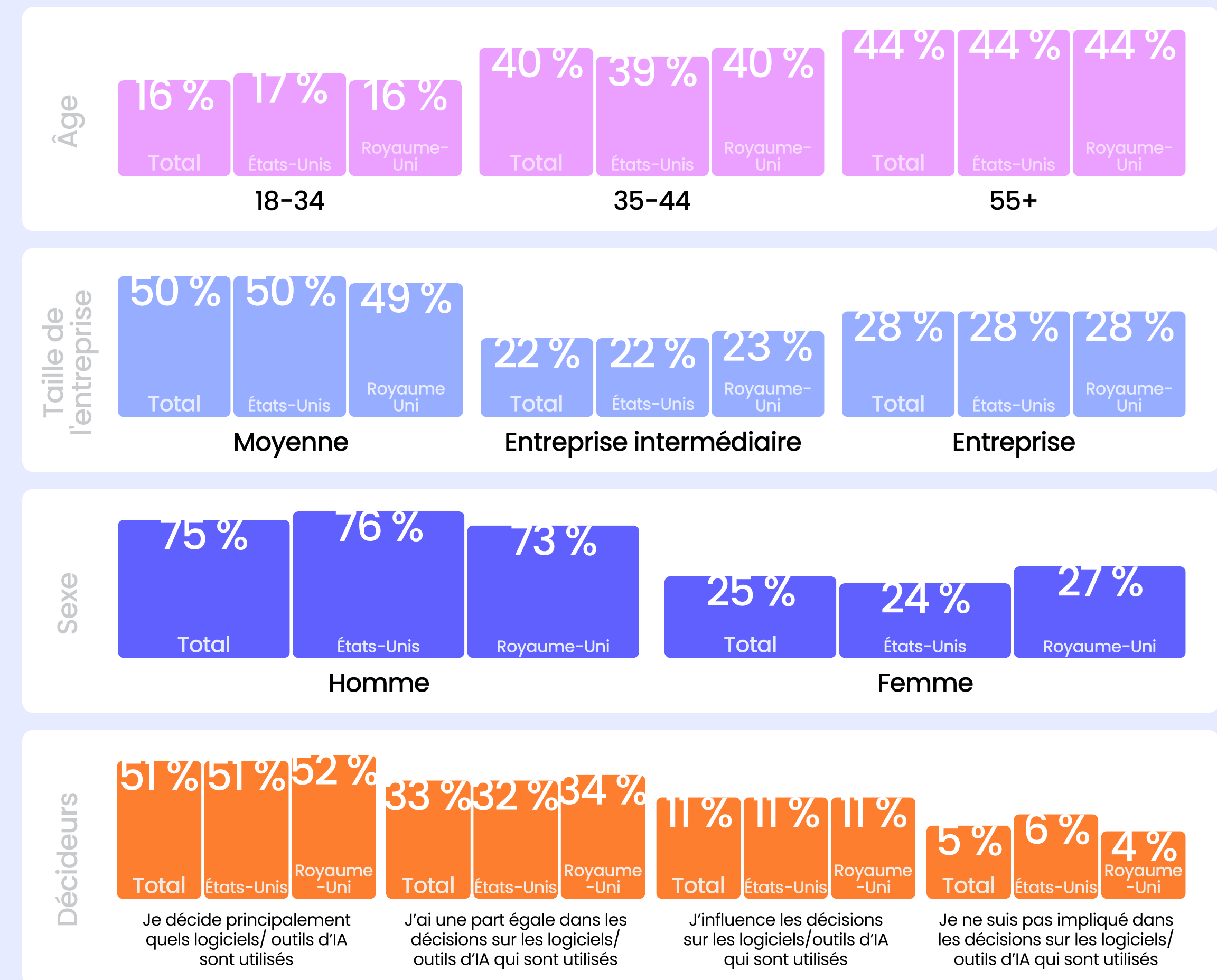
#2 | Données de la plateforme de monday.com

Notre équipe de recherche a analysé des millions d'actions d'IA anonymisées effectuées sur la plateforme monday.com, en se concentrant sur l'usage selon la taille de l'entreprise, le secteur et le rôle.

#3 | Enquête client de monday.com

Notre équipe de recherche a interrogé 2 440 clients du monde entier qui utilisent la plateforme monday.com depuis au moins trois mois. La collecte de données a eu lieu en avril et mai 2025. L'échantillon est statistiquement représentatif des clients de monday.com selon la répartition mondiale, la taille de l'entreprise et les secteurs d'activité. L'équipe de monday.com de recherche et de statistiques sur le marché a géré et diffusé l'enquête.

Profil démographique Nielsen



Échantillon (âge, sexe, taille de l'entreprise, niveau du poste : tous les répondants : total (n=500), États-Unis (n=258), Royaume-Uni (n=242)
Définition de la taille de l'entreprise : Moyenne = 500 – 1 499 employés, Entreprise intermédiaire = 1 500 – 4 999 employés, Grande entreprise = + de 5 000 employés

C'est vous qui innovez. L'IA ne fait qu'exécuter.

La plupart des professionnels s'accordent à dire que l'IA va transformer le monde du travail tel que nous le connaissons. Mais pour l'instant, son impact se concentre sur la gestion des tâches et l'amélioration de l'efficacité.

Selon l'enquête Nielsen, **les directeurs citent massivement l'amélioration de la rapidité (59 %), de la précision (56 %) et de la productivité (53 %)** comme les motivations personnelles les plus convaincantes pour introduire l'IA sur le lieu de travail.

Cette approche pragmatique se retrouve sur tous les marchés. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, les directeurs privilégient les avantages opérationnels. L'argument « Favoriser l'innovation » ne figure même pas parmi les cinq raisons les plus importantes. Preuve que le changement commence souvent à petite échelle et qu'il n'a pas besoin d'être révolutionnaire pour être réel.



D'après Amir Cohen, directeur Go-to-Market IA chez monday.com, cette adoption étape par étape imite les grandes révolutions technologiques du passé.

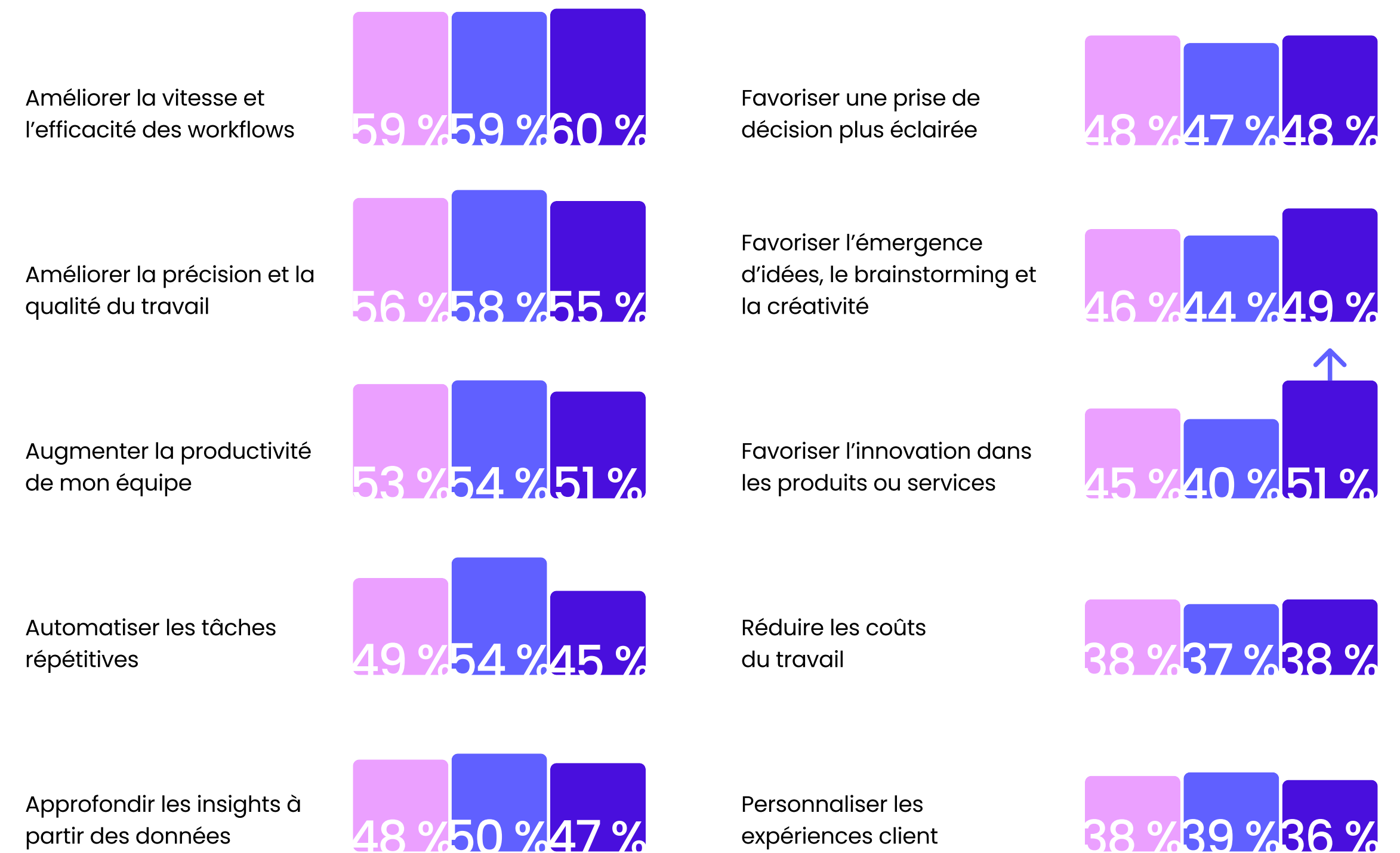
« Il faut du temps pour que les gens s'adaptent à une nouvelle technologie et l'utilisent pleinement, explique Cohen. Lorsque la voiture a été inventée, tout le monde ne s'est pas mis à conduire tout de suite. Il a fallu construire des routes, apprendre aux gens à conduire et modifier les habitudes. Pour l'IA, c'est pareil : le défi n'est pas seulement technologique, il est aussi cognitif et sociétal.

Cependant, on constate une vraie particularité au Royaume-Uni. **Les dirigeants britanniques sont plus enclins à citer l'innovation comme un facteur de motivation.** Il est possible que le gouvernement soit à l'origine de cette différence, en donnant une place centrale au leadership en IA dans son programme de croissance économique.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'autres avantages d'ordre supérieur. **Globalement, les dirigeants citent toujours la prise de décision (48 %), la créativité (46 %) et l'innovation (45 %)** comme raisons d'introduire l'IA sur le lieu de travail, mais moins fréquemment que les objectifs opérationnels tels que la rapidité, la précision et la productivité.

Au niveau des entreprises, la tendance est la même. Les entreprises adoptent l'IA pour accroître leur efficacité et leur automatisation (62 %), **tandis que les objectifs à plus long terme, tels que le développement de nouveaux produits d'IA (49 %) ou le maintien de la compétitivité dans le secteur (50 %), sont moins prioritaires.** Les grandes entreprises sont plus nombreuses à citer la compétitivité comme motivation principale, ce qui témoigne de l'importance des enjeux et de la complexité de leur environnement.

Les moteurs personnels de l'IA au travail



Q : Qu'est-ce qui vous attire dans le potentiel de l'utilisation de l'IA dans un contexte professionnel ?

Échantillon : Total (n=500), États-Unis (n=258), Royaume-Uni (n=242)

↑ Indique une différence statistiquement significative par rapport aux États-Unis à un niveau de confiance de 95 %

● Total ● États-Unis ● Royaume-Uni

Le BTP et l'immobilier, pionniers inattendus de l'IA

D'après les données de la plateforme monday.com, les secteurs en tête de l'adoption de l'IA ne sont pas ceux que l'on croit. Les dirigeants interrogés par Nielsen citent spontanément la tech, la finance et le marketing comme pionniers. Mais les chiffres racontent une autre histoire.

Nous avons analysé l'intensité d'usage de l'IA par secteur sur monday.com, non seulement en volume, mais aussi en proportion par rapport à la taille de chaque secteur sur la plateforme. Un score de 1,0 indique une adoption conforme aux attentes. En dessous = sous-performant. Au-dessus = sur-performant.

En réalité, les secteurs perçus comme leaders sont en retard :

- Marketing : x 0,7
- Technologie : x 0,8
- Finance : x 0,9

Les véritables moteurs de l'adoption sont... **le BTP (x 1,3) et l'immobilier (x 1,6) qui affichent les meilleures performances** - des secteurs peu réputés pour leur avance technologique.

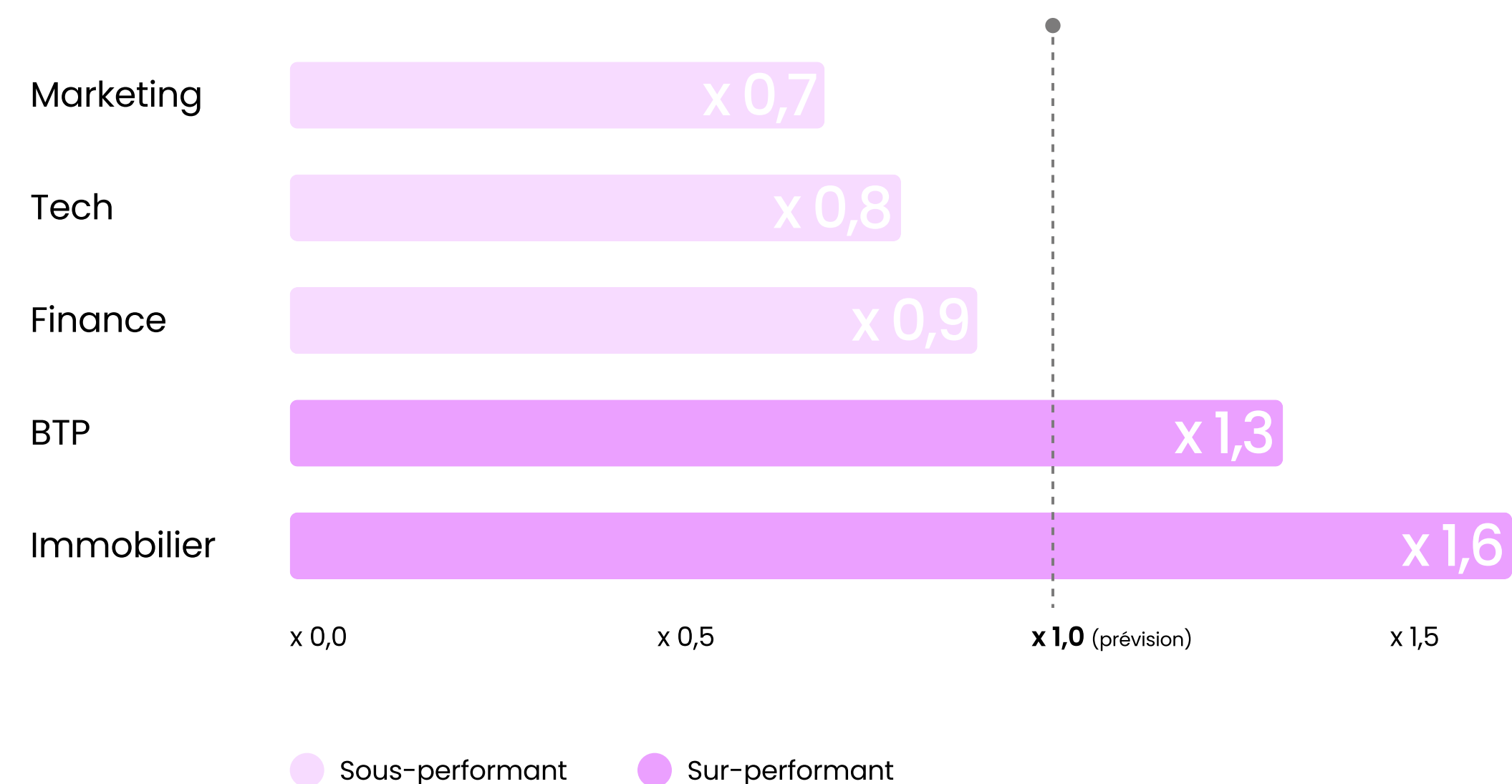
Leur utilisation de l'IA est très pratique. Pour le BTP et l'immobilier, l'IA permet de réduire la paperasserie. La fonction Extraire, qui convertit des documents non structurés en données exploitables, y est massivement utilisée. Et si ces secteurs sur-performent déjà dans l'adoption globale de l'IA (x 1,3 et x 1,6), l'usage d'Extraire est encore plus marqué : x 1,4 dans le BTP et jusqu'à x 1,9 dans l'immobilier.

« Beaucoup d'acteurs dans ces secteurs en sont encore aux bases — et ils les gèrent manuellement », explique Cohen. « Ils n'ont pas une solution dédiée pour chaque tâche. Alors, quand on leur propose une IA intégrée à leur plateforme existante, l'impact est immédiat. »

Ces secteurs n'expérimentent pas l'IA. Ils l'utilisent pour résoudre ce qui les ralentit et le font à un rythme plus élevé que les secteurs habituellement associés à l'innovation.

Taux d'action d'IA par secteur sur monday.com

Par rapport à l'usage attendu en fonction de la population d'utilisateurs



Comment adopter l'IA à petite échelle pour un impact immédiat



Assaf Elovic

Directeur IA, monday.com

01

Commencer avec des outils simples et familiers

Commencez par des solutions d'IA qui résument et catégorisent l'information. Simples à comprendre pour tous, elles réduisent les mises à jour répétitives et libèrent du temps, sans bouleverser vos processus.

02

Réaliser les tâches les plus ennuyeuses

Grâce à l'automatisation, l'extraction de fichiers (CV, appels d'offres ou autres documents) ne prend plus que quelques minutes au lieu de plusieurs heures. Ces petites victoires démontrent rapidement la valeur commerciale de l'IA.

03

Instaurer la confiance dès le départ

L'adoption de l'IA devient durable quand les utilisateurs se sentent en confiance. Impliquez toujours les équipes à des étapes clés pour qu'elles gagnent en assurance avant de passer à des workflows plus autonomes.

Pour les responsables IT, la maîtrise de l'IA stimule l'envie d'innover

D'après l'enquête Nielsen, 70 % des responsables IT déclarent bien connaître l'IA, contre 41 % des dirigeants hors IT. Cet écart se reflète dans les usages : 52 % des leaders IT se disent très à l'aise pour déployer l'IA, contre 37 % côté non-IT. Cette confiance influence aussi leur perception du potentiel de l'IA. **Chez les répondants issus de l'IT, les leviers stratégiques sont bien plus cités : 57% évoquent l'aide à la décision et 50% l'innovation comme motivations d'adoption.** À titre de comparaison, ces taux chutent à 35 % et 39 % chez les autres dirigeants.

Un constat clair : plus les leaders sont familiers avec l'IA, plus ils en perçoivent l'impact stratégique.

« Les professionnels de l'IT savent ce que l'IA peut réellement faire, pas seulement en théorie, mais concrètement », explique Tsafir Ezra, CIO chez monday.com. « Nous savons comment la personnaliser, l'intégrer, et en tirer des résultats tangibles. C'est pour cela que nous ne voyons pas l'IA comme un simple assistant. Pour nous, elle fait partie de l'équipe, elle ne se contente pas de soutenir le travail, elle l'exécute. »

Assaf Elovic, directeur de l'IA chez monday.com, partage ce constat et rappelle que la compréhension technique renforce la confiance. « Plus on comprend le fonctionnement de l'IA, plus on se sent à l'aise pour l'utiliser », explique-t-il. « En connaître les forces et les limites n'est pas un frein : c'est ce qui permet de mieux l'optimiser et d'en saisir la valeur réelle. »

Ceux qui travaillent au plus près de la technologie en perçoivent davantage le potentiel. Mais un point rassemble les dirigeants IT comme non-IT : leur priorité reste l'efficacité, en particulier le gain de temps.

La culpabilité liée à l'IA : réelle, mais injustifiée

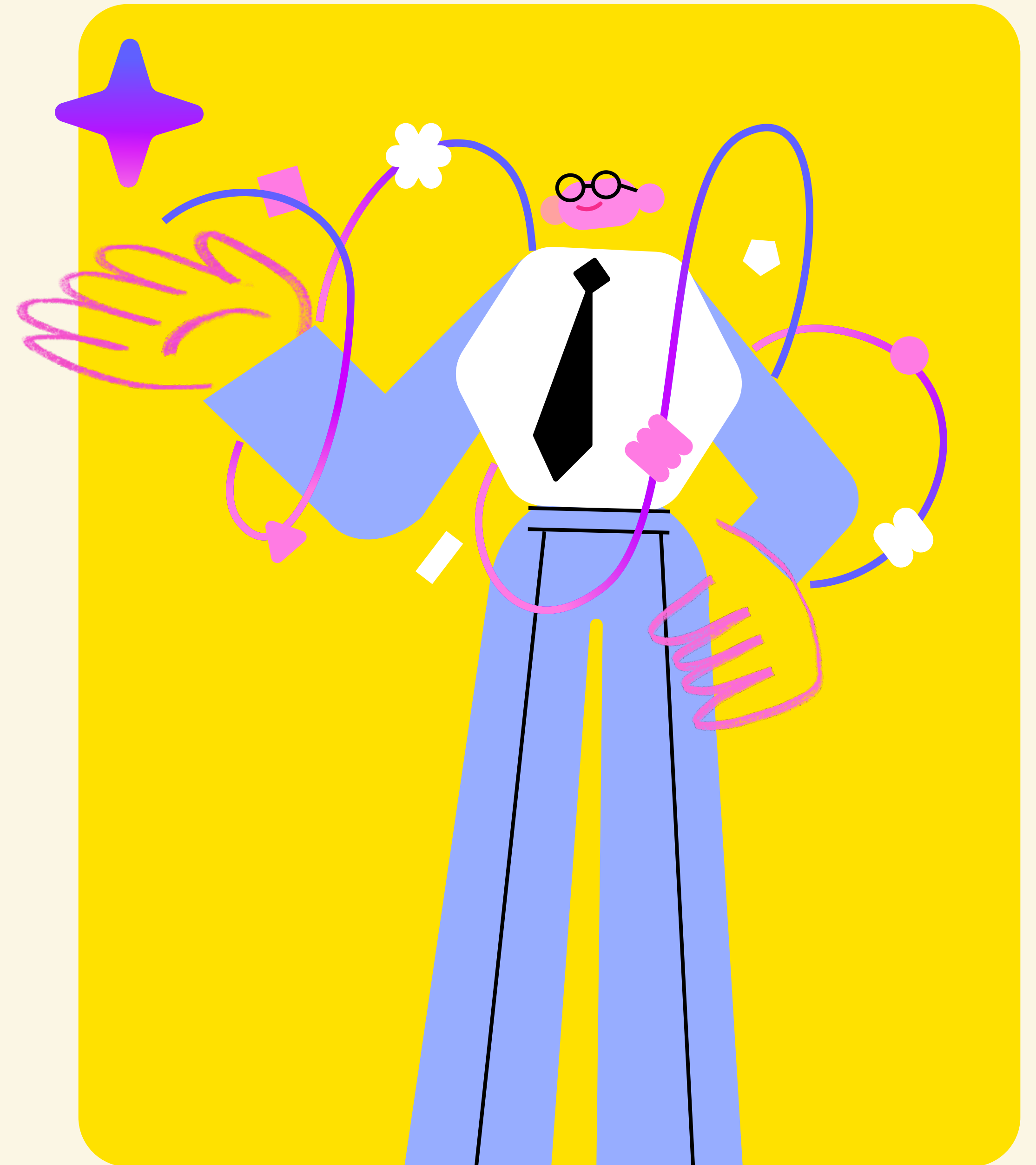
Derrière les discours sur la confiance et l'adoption de l'IA, une émotion plus discrète émerge : la culpabilité.

Selon l'enquête Nielsen, l'une des craintes les plus fréquemment citées autour de l'IA ne concerne ni la vie privée, ni les biais, ni même les pertes d'emploi. C'est la peur **d'être jugé ou décrédibilisé pour avoir utilisé des outils d'IA dans un cadre professionnel**. Bien qu'elle n'arrive qu'en sixième position au classement général, cette inquiétude devance des sujets souvent plus médiatisés, comme le risque d'injustice ou de remplacement au sein des équipes. Et en y regardant de plus près, la tendance devient encore plus révélatrice.

Cette peur est nettement plus marquée chez les dirigeants de plus de 35 ans.

Chez les moins de 35 ans, elle est la moins citée, avec seulement 1% la plaçant en tête de leurs préoccupations. Elle augmente aussi avec la taille de l'entreprise : **les dirigeants de grands groupes** (plus de 5 000 collaborateurs) **sont presque deux fois plus nombreux à craindre d'être jugés** que ceux d'entreprises de taille moyenne (500 à 1 500 collaborateurs).

Le secteur d'activité joue également un rôle : les dirigeants de la finance et de la banque ressentent bien plus cette pression que ceux du logiciel ou des services.



L'ambition du Royaume-Uni face à la culpabilité vis-à-vis de l'IA

La différence la plus marquée s'observe d'un pays à l'autre. **Au Royaume-Uni, la peur d'être jugé arrive en troisième position des préoccupations**, un contraste frappant avec les États-Unis, où elle arrive en dernière place.

Inam Mahmood, General Manager EMEA chez Nielsen, souligne à quel point ce paradoxe est révélateur, surtout dans un pays qui affiche une forte ambition en matière d'innovation. « C'est un vrai paradoxe pour le marché britannique », explique Mahmood. « Les dirigeants britanniques citent l'innovation comme moteur de l'adoption de l'IA, tout en exprimant un niveau de culpabilité bien plus élevé. Ce contraste en dit long sur l'état actuel de l'IA au Royaume-Uni. La volonté du gouvernement de devenir un leader mondial en IA crée une attente forte, imposée par le haut, poussant les entreprises à adopter une posture tournée vers l'avenir. »

Cette contradiction montre à quel point l'adoption de l'IA peut être émotionnellement complexe. L'envie d'innover s'accompagne souvent d'une certaine retenue. Même si beaucoup se tournent vers le futur du travail, l'usage de l'IA reste lié à des questions de crédibilité, d'effort et de légitimité, **avec, en filigrane, le doute : utiliser l'IA, est-ce amoindrir la valeur du travail... ou de la personne qui l'a réalisé ?**

Alors que certains tâtonnent encore face à ce nouveau cadre, d'autres l'ont pleinement adopté.

Cohen salue ceux qui ont fait le choix d'embrasser l'IA. Lorsqu'il recrute, il attend même que les candidats l'utilisent dans l'exercice pratique de l'entretien ; un vrai indicateur, selon lui, de leur capacité à s'adapter aux nouvelles façons de travailler. « Je veux voir les gens utiliser l'IA », affirme Cohen. « Si vous ne l'avez pas utilisée pour votre test, c'est que vous n'êtes plus à jour. Aujourd'hui, l'IA devrait faire partie de chaque livrable. »

Ce qui était autrefois considéré comme une solution de facilité devient rapidement la norme. Mais cette transition ne se fait pas au même rythme partout. Certains dirigeants s'attendent déjà à ce que l'IA soit intégrée à chaque livrable, tandis que d'autres hésitent encore, par crainte du regard des autres. Pourtant, la réalité est claire : la plupart des équipes n'utilisent pas l'IA pour éviter le travail, mais pour l'améliorer. Et bien souvent, cela signifie évoluer vers des rôles plus stratégiques.



« La crainte d'être considéré comme quelqu'un qui 'ne fait pas d'efforts' traduit une résistance culturelle persistante à l'automatisation, qui peut freiner l'adoption de l'IA pour des tâches stratégiques et créatives.

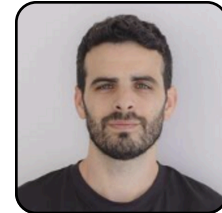
Pour dépasser cet obstacle, les entreprises britanniques doivent repositionner l'IA non pas comme une 'solution de facilité', mais comme un outil qui donne du pouvoir aux employés. Les dirigeants devraient discuter ouvertement de leur propre usage de l'IA afin de le normaliser. »



Inam Mahmood

Directeur général, EMEA chez  Nielsen

Comment utiliser l'IA sans culpabiliser : 3 changements de mindset pour les équipes modernes



Amir Cohen

Responsable AI Go-to-Market, monday.com

01

L'IA est la nouvelle norme

L'usage de l'IA n'est plus un bonus ; c'est devenu la norme. Qu'il s'agisse de résumer, rédiger ou automatiser : vous êtes censé utiliser l'IA pour aller plus vite. Si ce n'est pas le cas, cela peut donner l'impression que vous êtes à la traîne.

02

Gardez le sens du détail

L'IA peut réaliser la première ébauche, mais c'est toujours à vous d'approfondir. Les dirigeants attendent que vous alliez au-delà du résultat, que vous l'affinez, le remettiez en question et en saisissiez les nuances.

03

Ne rien faire est le plus grand signal d'alerte

Pas besoin de maîtriser chaque modèle ou fonctionnalité. Mais il faut s'impliquer. Rester passif pendant que vos pairs adoptent l'IA ne vous protège pas. Cela vous fait paraître dépassé.

L'IA aide à franchir un cap, pas à sortir du cadre

Selon l'enquête Nielsen, **seuls 38 % des directeurs citent la réduction de la main-d'œuvre comme moteur de l'adoption de l'IA**. Bien plus considèrent l'IA comme un moyen de libérer les équipes, de réduire le travail manuel et d'améliorer la précision.

Ce chiffre contredit les annonces de pertes massives d'emplois et de mise à l'écart de main-d'œuvre. Les inquiétudes liées au remplacement des emplois par l'IA n'ont pas disparu, mais une réalité différente s'installe dans les entreprises.

Selon l'enquête menée auprès des clients de monday.com, les utilisateurs d'IA sur la plateforme ne se mettent pas en retrait ; au contraire, ils montent en compétences et assument des responsabilités plus globales et plus importantes. Lorsqu'on leur demande leurs principaux objectifs pour l'utilisation des solutions de gestion du travail, **les utilisateurs d'IA sont bien plus nombreux à viser un impact stratégique**. Par rapport aux non-utilisateurs, ils accordent plus d'importance à la **gestion des ressources**, comme les effectifs et les budgets (15 % contre 12 %), ainsi qu'à la **production de rapports et d'analyses** (18 % contre 14 %).

« L'IA permet aux personnes de se décupler, de devenir une version 10x d'eux-mêmes, et de se concentrer davantage sur les aspects stratégiques de leur travail », explique Seetvun Amir, VP Product chez monday.com.

Cette intention stratégique se reflète dans la manière dont les utilisateurs d'IA interagissent quotidiennement avec la plateforme. Lorsqu'on leur demande dans quels scénarios ils utilisent le plus monday.com, **les utilisateurs d'IA déclarent une implication plus importante dans les projets critiques liés à la prise de décision stratégique** (21 % contre 19 %), **le reporting auprès de la haute direction** (30 % contre 26 %) et **la collaboration au sein des entreprises** (27 % contre 24 %).

Où les clients monday.com utilisent l'IA



Chaque projet que nous réalisons pour le service/l'entreprise



Ma liste personnelle de tâches



Projets très visibles par la direction



Planification mensuelle/trimestrielle



Dans les projets transverses de l'entreprise



Petits projets peu complexes



Projets essentiels à la prise de décision stratégique



Envoyer des notifications ou messages au service/à l'entreprise



Planification annuelle



Projets peu suivis par la direction



Planification budgétaire



Connecter monday.com aux autres systèmes d'entreprise pour une vision complète des données



Autre

Q : Dans quels cas utilisez-vous le plus souvent monday.com ? (choix multiple)

● A utilisé l'IA ● N'a pas utilisé l'IA

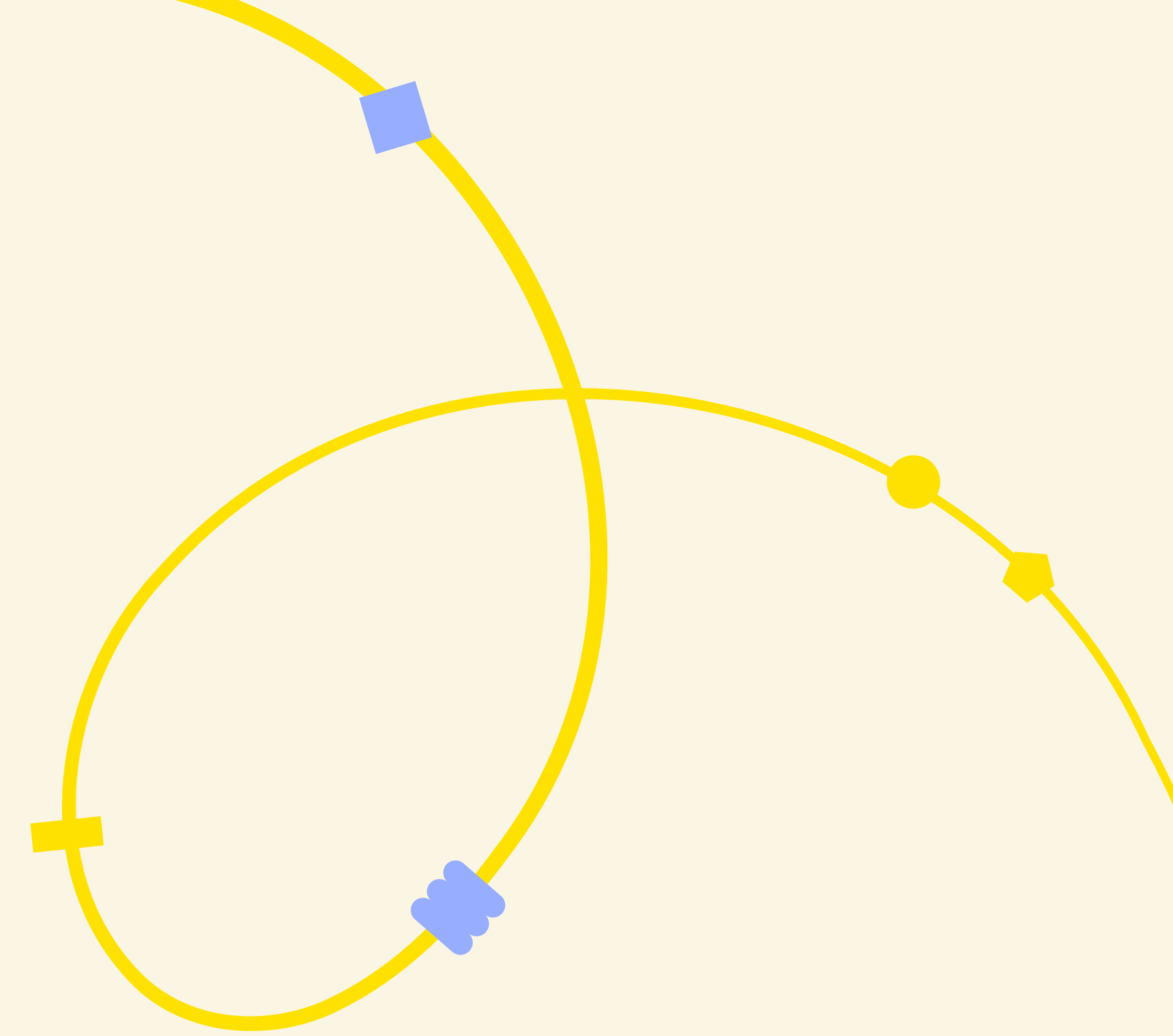
À mesure que l'IA libère les équipes des tâches à faible valeur ajoutée, elle crée de l'espace pour une analyse plus poussée, une pensée interfonctionnelle plus affûtée et des décisions plus stratégiques.

« On constate déjà une forte adoption des outils autonomes, explique Elovic. En ingénierie, l'IA prend en charge l'intégralité du développement tandis que les humains se concentrent sur les vérifications. Elle ne remplace pas les humains : elle les mobilise au moment le plus critique du processus. »

Amir va encore plus loin, déplaçant la réflexion de la place des humains dans les flux de travail actuels vers la manière dont ils guideront l'IA à l'avenir.

« À mesure que les métiers évoluent, certains deviendront des 'ajusteurs' d'IA, pour apprendre à ces systèmes à fournir les meilleurs résultats, explique-t-elle. L'augmentation de la productivité ne résultera pas seulement de l'IA, mais de la façon dont les humains apprendront à travailler main dans la main avec elle. »

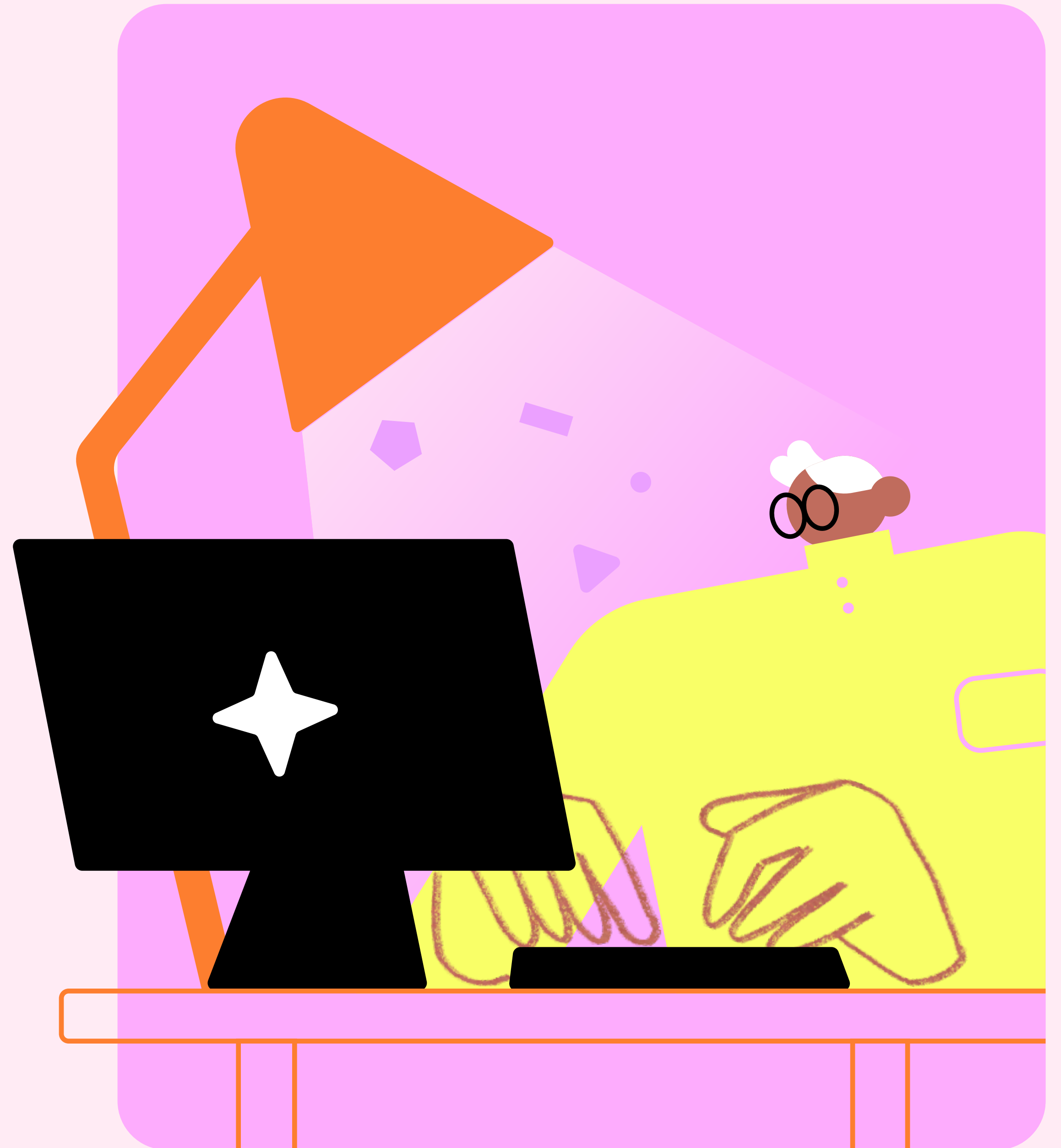
Dans l'ensemble, les données suggèrent que l'adoption personnelle de l'IA n'entraîne pas nécessairement un remplacement ou un désengagement. Au contraire, **elle est associée à une augmentation des responsabilités et à des fonctions plus stratégiques**, offrant un contrepoint convaincant à la culpabilité que certains ressentent encore à utiliser l'IA au travail.



L'expansion de l'IA crée des silos et fragmente les opérations

Dans la course à la productivité, les entreprises ont accumulé des outils d'IA souvent redondants. L'objectif : aller plus vite. le résultat : une fragmentation croissante. Selon l'enquête Nielsen, **76 % des directeurs déclarent utiliser fréquemment plusieurs outils d'IA pour accomplir leur travail**. Seuls 2 % utilisent une solution unique et rationalisée. Cette pression pourrait s'accroître, puisque 3 directeurs sur 5 s'attendent à ce que les employés utilisent l'IA pour au moins 25 % de leurs processus de travail quotidiens.

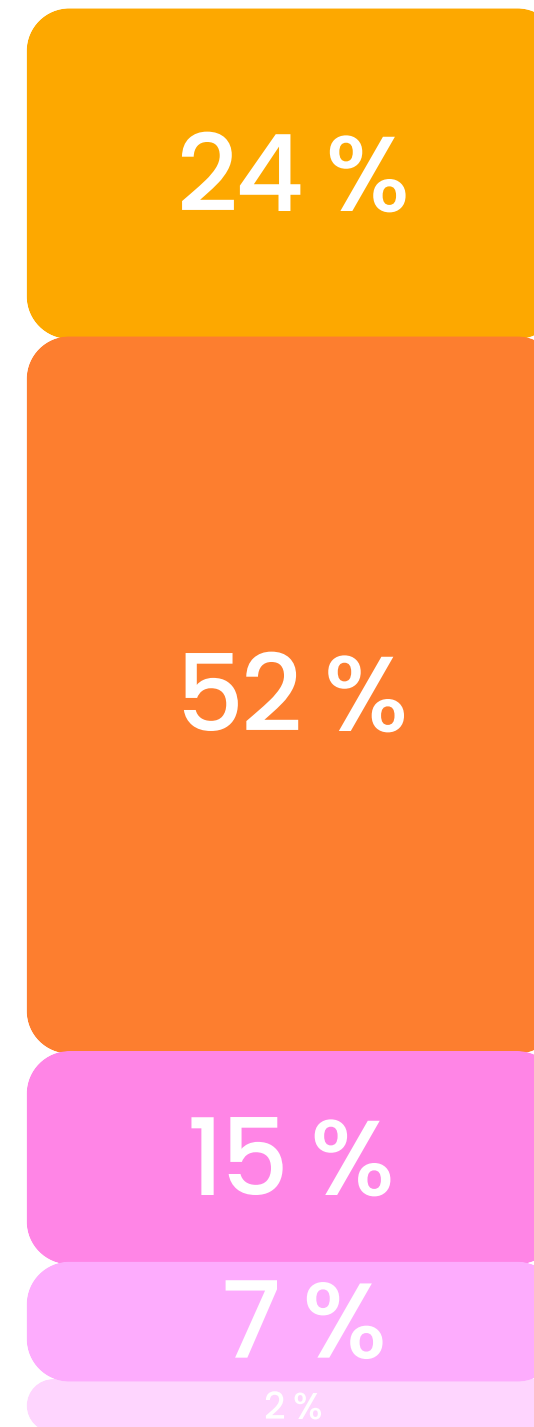
« Les outils d'IA surgissent de partout, comme des champignons après la pluie, ajoute Ezra. Chacun répond à un besoin distinct, mais en jonglant sans cesse entre eux, on risque de se disperser plutôt que d'avancer. Un ensemble d'outils ciblés, quelques solutions bien intégrées, vaut mieux qu'un écosystème technologique désordonné. »



Ce qui devait améliorer l'efficacité crée désormais de nouvelles difficultés : nombreux onglets, résultats désordonnés, données fragmentées et traçabilité de la responsabilité compliquée.

Fréquence à laquelle les directeurs utilisent plusieurs outils d'IA au travail

- **Toujours** : J'utilise en permanence plusieurs outils ou plateformes d'IA pour mon travail
- **Souvent** : J'utilise fréquemment plusieurs outils/plateformes d'IA pour différentes tâches
- **Parfois** : Je passe d'un outil ou d'une plateforme à l'autre pour différentes tâches environ la moitié du temps
- **Rarement** : J'utilise parfois différents outils ou plateformes, mais ce n'est pas fréquent
- **Jamais** : J'utilise un seul outil d'IA tout-en-un



Q : À quelle fréquence devez-vous passer d'un outil ou d'une plateforme d'IA à un autre pour vos tâches professionnelles ?
Échantillon : répondants utilisant une IA approuvée par leur entreprise : Total (n=457)

Trop d'outils, peu de confiance

Cette fragmentation ne crée pas seulement des frictions, elle engendre également des doutes.

Lorsqu'on leur demande ce qui les empêche d'utiliser l'IA plus largement au travail, **les directeurs classent la confidentialité et la sécurité des données comme le principal obstacle, 40 % les citant comme leur préoccupation majeure.** Cela s'explique probablement par la prolifération actuelle des outils d'IA, et ce sentiment ne fera que croître.

On comprend facilement pourquoi. Ezra souligne que dans chaque solution d'IA se cache un réseau complexe de dépendances, chacune ajoutant un niveau de risque. « Il ne faut jamais oublier que les solutions d'IA ne sont pas isolées, explique-t-il. Elles dépendent souvent de sous-traitants, de modèles externes, d'API vocales ou de fournisseurs de LLM. Vous ne faites pas confiance à un seul outil, mais à tout ce qui se trouve derrière. C'est pourquoi une gouvernance solide, des accords juridiques et des dispositifs de sécurité sont indispensables. »

Plus l'écosystème d'IA est dispersé, plus il est difficile de savoir où résident les données, qui peut y accéder et comment elles sont utilisées. À mesure que l'IA s'intègre davantage dans les flux de travail quotidiens, Elovic explique que les architectes et concepteurs d'IA devront considérer la confiance comme un principe essentiel du produit.

« À mesure que l'IA devient plus autonome, le contrôle et la sécurité deviennent essentiels pour assurer son succès à long terme, explique Elovic. Cela ne concerne pas seulement de la façon dont l'IA fonctionne, mais aussi sa visibilité et sa responsabilité vis-à-vis des humains avec lesquels elle travaille. »

Vers la consolidation

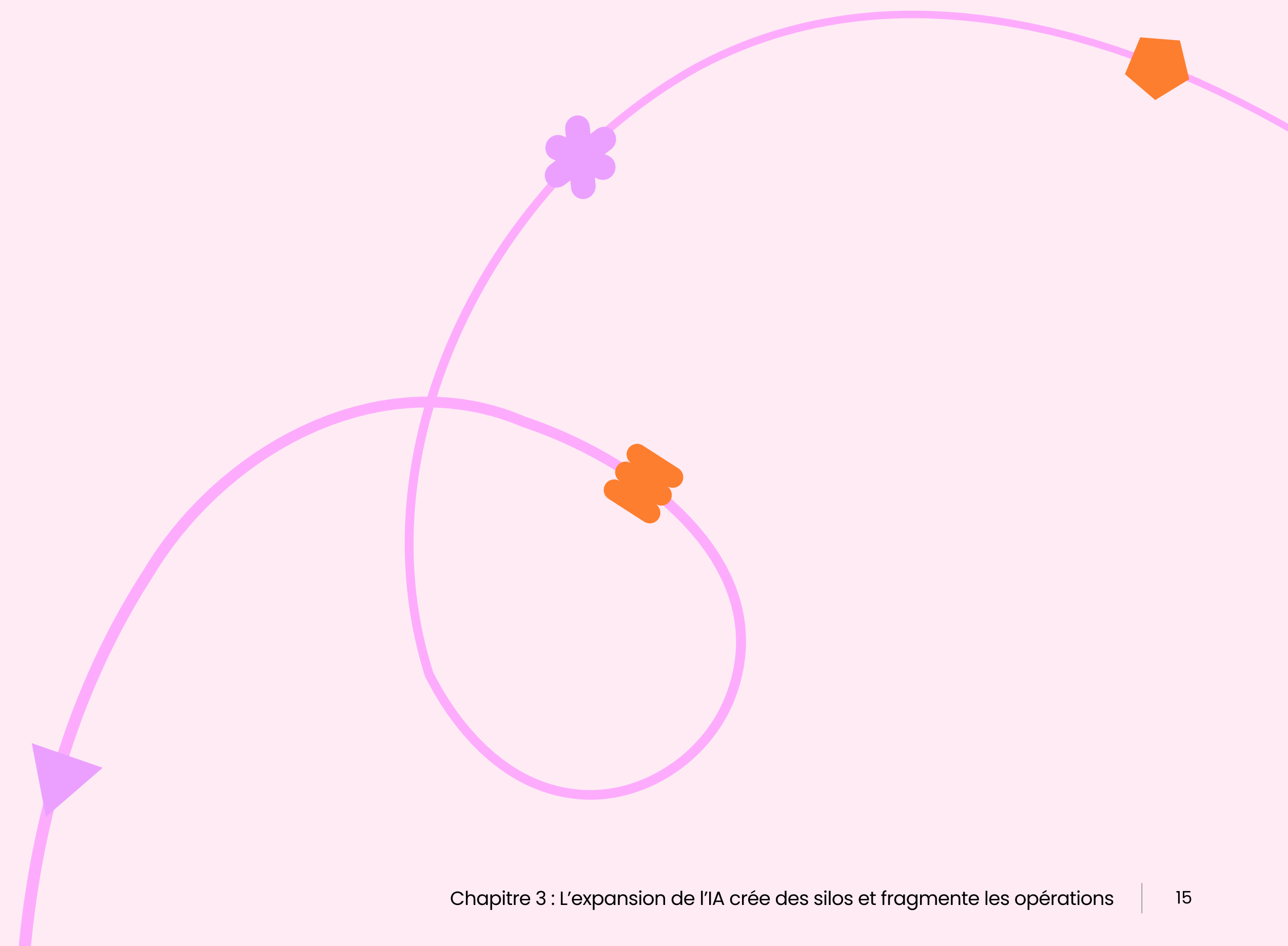
Face à la multiplication des outils et à l'augmentation des risques liés à la confidentialité, de nombreux directeurs cherchent à reprendre le contrôle en consolidant les outils d'IA en interne.

Parmi les entreprises qui s'appuient actuellement uniquement sur des outils externes, **83 % développent ou prévoient** de développer des outils d'IA internes d'ici l'an prochain.

Selon Amir, cette évolution est compréhensible, car l'IA libère à la fois un potentiel énorme et des risques pour chaque entreprise.

« Les données sont la ressource la plus précieuse de toute entreprise, il est donc logique que la gouvernance, le contrôle et la sécurité de l'IA deviennent rapidement des préoccupations majeures pour les organisations, explique Amir. Les dirigeants ne veulent plus sacrifier la sécurité ou la supervision simplement pour profiter des avantages de l'IA. »

La préférence est nette : les équipes ne veulent pas plus d'outils, **elles veulent moins d'éléments dispersés, davantage de contrôle et une IA qui s'intègre à leurs systèmes actuels**. Ce n'est pas qu'une question d'efficacité. Il s'agit de confiance. Et cette confiance commence par la centralisation des données et de l'IA sous un même toit, sécurisé et unifié.



Les vrais acteurs de l'IA en entreprise

L'IA n'est plus une nouveauté dans le monde du travail. Elle fait désormais partie du quotidien : elle structure les workflows, automatise les tâches et soutient la prise de décision dans de nombreuses fonctions. **Aujourd'hui, 94 % des directeurs déclarent utiliser l'IA dans leur travail.** Et pour plus de la moitié d'entre eux, elle est déjà intégrée dans au moins 50 % des processus de leur département.

Le conseil d'administration n'est pas le moteur de l'adoption de l'IA

Selon l'enquête Nielsen 2025, les directeurs affichent une grande confiance dans l'exécution de la stratégie IA. En effet, **94 % déclarent se sentir très ou assez confiants pour traduire la vision IA de leur entreprise en actions concrètes.**

Cependant, si 46 % des directeurs estiment que l'IA est très intégrée aux objectifs stratégiques de leur entreprise, **seuls 27 % affirment qu'elle est véritablement centrale** à leur mission.



Quand on demande qui est le moteur principal de l'adoption de l'IA dans leur organisation, **seuls 29 % des directeurs citent la direction générale**. Cela va à l'encontre du discours dominant, qui suppose souvent que la stratégie IA est pilotée d'en haut par les CEO et les comités exécutifs.

En réalité, l'approche est plus pragmatique. **Une part plus importante des répondants (34 %) indique que l'adoption de l'IA est portée par des équipes dédiées à l'innovation ou à l'IA**, des groupes opérationnels, centrés sur la mise en œuvre. Ce modèle est particulièrement répandu au Royaume-Uni, où les équipes d'innovation centralisées sont plus fréquentes.

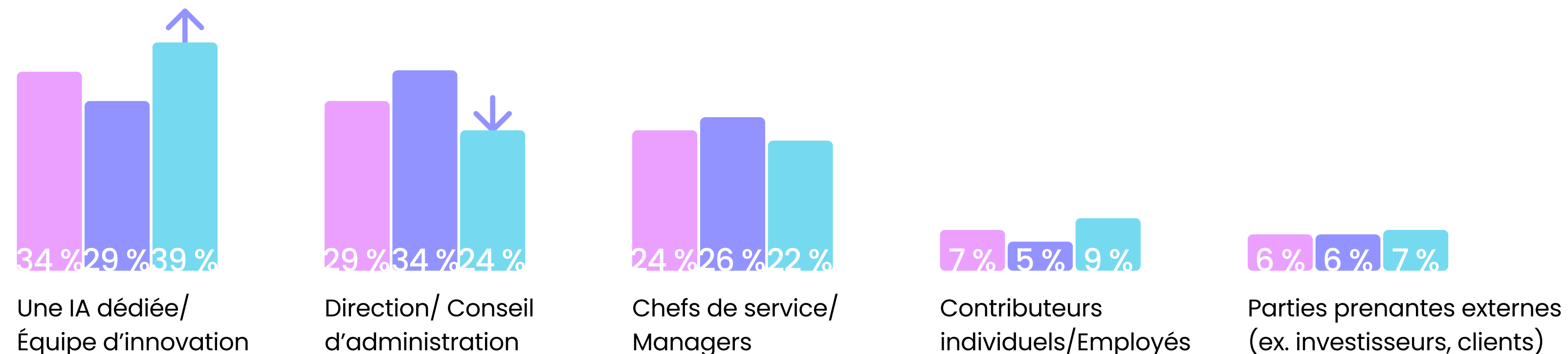
Pour Ezra, l'approche la plus efficace combine les deux dynamiques. « L'IA doit être portée à la fois par une vision descendante et une impulsion ascendante », explique-t-il. « La direction fixe les objectifs, les équipes innovation les mettent en œuvre au quotidien. Le top-down change les mentalités. Le bottom-up améliore l'efficacité. Et quand ces deux dynamiques convergent, c'est là que la transformation prend vraiment forme. »

Qui utilise le plus l'IA ?

Selon l'enquête clients de monday.com, l'adoption de l'IA est surtout concentrée au milieu de la hiérarchie. Parmi les chefs d'équipe et de groupe, **les utilisateurs d'IA (40 %) devancent les non-utilisateurs (32 %)**, faisant d'eux le seul groupe où l'adoption l'emporte clairement sur l'hésitation.

En revanche, les contributeurs individuels affichent le plus grand écart d'utilisation dans l'autre sens : **39 % des non-utilisateurs sont des contributeurs individuels, contre seulement 26 % des utilisateurs d'IA**.

Principales parties prenantes favorisant l'adoption de l'IA



Q : Qui est réellement à l'origine de l'adoption de l'IA dans votre organisation ?

Échantillon : IA au moins partiellement intégrée à la mission de leur entreprise : Total (n=468), États-Unis (n=234), Royaume-Uni (n=234)

↑↓ Indique une différence statistiquement significative par rapport aux États-Unis à un niveau de confiance de 95 %

● Total ● États-Unis ● Royaume-Uni

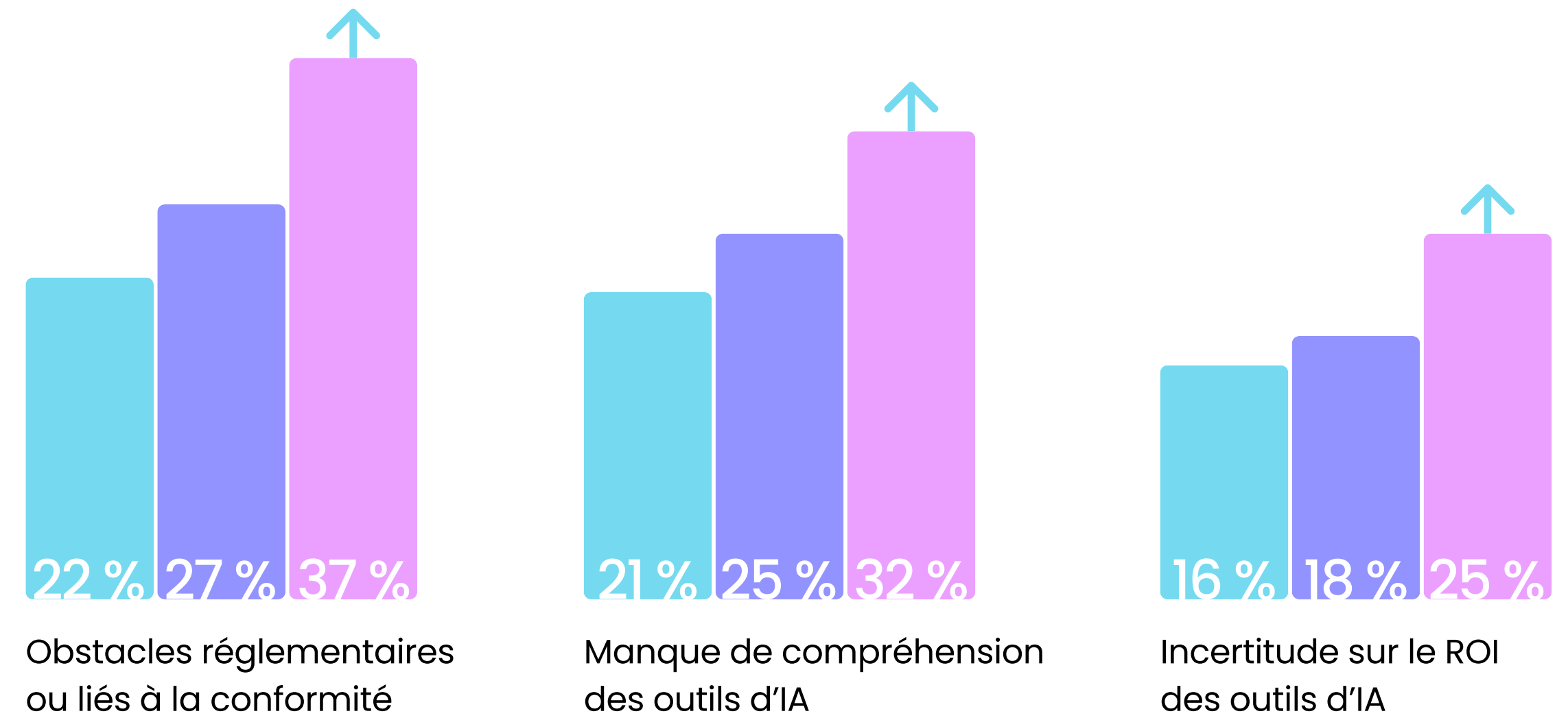
Les entreprises peinent à adopter l'IA

L'adoption de l'IA suit une tendance claire : plus l'entreprise est petite, plus chaque collaborateur y a recours. Selon les données de la plateforme monday.com, **les utilisateurs des petites entreprises (1 à 19 employés) effectuent 3,5 fois plus d'actions avec l'IA par utilisateur que ceux des grandes entreprises.** Pour ces équipes réduites, l'IA agit comme un véritable multiplicateur d'impact, compensant le manque d'effectifs et leur permettant de rester compétitives.

Les grandes entreprises, malgré des ressources plus importantes, font face à des obstacles majeurs. D'après Nielsen, elles citent les contraintes réglementaires, les workflows cloisonnés et le manque de visibilité sur le ROI comme principaux freins à l'adoption de l'IA, bien plus que les autres tailles d'entreprise. Ces défis ralentissent la mise en œuvre, même lorsque la volonté est présente. Résultat : l'usage de l'IA par employé reste bien plus faible que dans les structures plus petites et agiles.

En termes de motivations, **les entreprises intermédiaires (1 500 à 5 000 employés) perçoivent une valeur plus tangible dans l'IA que les grandes entreprises.** Les données Nielsen montrent qu'elles sont beaucoup plus nombreuses à citer des moteurs personnels et pragmatiques pour adopter l'IA, tels que **l'amélioration de la rapidité (71 %), l'augmentation de la productivité (59 %) et la personnalisation de l'expérience client (46 %).** En comparaison, les chiffres sont bien plus faibles pour les employés des grandes entreprises : 50 % évoquent la rapidité, 43 % la productivité et seulement 30 % la personnalisation client comme motivations à utiliser l'IA au travail.

Les obstacles à l'adoption de l'IA selon la taille de l'entreprise



Q : Quels facteurs vous empêchent actuellement d'utiliser l'IA (ou de l'utiliser davantage) au travail ?
Échantillon : Moyennes entreprises (n=250), Entreprises intermédiaires (n=108), Grandes entreprises (n=142).
Remarque : les données présentées montrent les principaux obstacles pour lesquels les répondants des entreprises se démarquent le plus.

↑ Indique une différence statistiquement significative par rapport aux États-Unis à un niveau de confiance de 95 %.

● Moyenne ● Entreprise intermédiaire ● Grande entreprise

Les moteurs personnels de l'IA au travail selon la taille d'entreprise



Améliorer la vitesse et l'efficacité des processus de travail



Améliorer la précision et la qualité du travail



Accroître la productivité de mon équipe



Automatiser les tâches répétitives



Obtenir des informations plus précises à partir des données



Favoriser une prise de décision plus éclairée



Favoriser l'émergence d'idées, le brainstorming et la créativité



Favoriser l'innovation dans les produits ou les services



Réduire les coûts du travail



Personnaliser les expériences client

Q : Qu'est-ce qui vous attire dans le potentiel de l'utilisation de l'IA dans un contexte professionnel ?

Échantillon : Moyennes entreprises (n=250), Entreprises intermédiaires (n=108), Grandes entreprises (n=142) »

Définition de la taille de l'entreprise : Moyenne = 500 - 1 499 employés, Entreprise intermédiaire = 1 500 - 4 999 employés, {2} Grande entreprise = + de 5 000 employés

● Moyenne ● Entreprise intermédiaire ● Grande entreprise

Comment les entreprises peuvent aller plus vite avec l'IA



Tsafir Ezra
CIO, monday.com

01

Établir le cadre

Les grandes entreprises doivent mettre en place des cadres qui concilient rapidité et contrôle. Élaborez une check-list IA claire en incluant les exigences légales, de sécurité et techniques pour éviter les blocages.

02

Faire de l'IA une priorité pour le leadership

Quand la direction fixe des objectifs clairs pour l'IA - automatiser le support ou optimiser les opérations - elle crée le focus organisationnel indispensable pour déployer ces initiatives à grande échelle.

03

Investir dans la préparation des collaborateurs

Tout le monde n'est pas un expert en technologie. Renforcez les compétences internes et la confiance par la formation, les certifications et des consignes claires sur l'usage des outils d'IA.

L'IA s'installe dans les CRM

S'il y a une fonction où l'IA est passée d'une mode à un usage courant, c'est le CRM.

Selon l'enquête Nielsen, les directeurs considèrent le CRM comme l'un des usages les plus clairs et immédiats de l'IA, **trois sur cinq déclarant que leur organisation utilise déjà l'IA « beaucoup » ou « de façon intensive » pour les tâches CRM**, telles que le scoring des prospects et l'automatisation de la prospection. L'intention est encore plus marquée au Royaume-Uni, où les directeurs devancent leurs homologues américains en matière d'adoption spécifique au CRM.

« Le CRM comporte de nombreuses tâches répétitives, comme répondre aux tickets, traiter les questions de tarification ou relancer les prospects, explique Cohen. Les défis quotidiens auxquels un commercial est confronté sont constants, ce qui rend le CRM naturellement adapté à l'IA. Lorsqu'on utilise l'IA pour automatiser 90 % du travail répétitif et fastidieux, on peut se concentrer davantage sur le résultat final et participer aux décisions et discussions où l'intervention humaine est essentielle. »

La catégorie CRM illustre à quel point l'IA peut passer rapidement d'une mode à une utilité concrète lorsque l'usage est tangible et le retour immédiat. En pratique, **l'IA dans le CRM n'est pas simplement un « plus » facultatif ; elle devient un outil indispensable de la gestion des relations**, avec des gains mesurables en rapidité et en personnalisation qui ne peuvent être ignorés.

Le syndrome de l'imposteur lié à l'IA touche surtout les femmes

Les femmes adoptent les assistants IA généralistes plus que quiconque ne l'aurait imaginé - y compris elles-mêmes. D'après l'enquête Nielsen, **58 % des femmes utilisent des outils comme ChatGPT et Claude à la fois pour le travail et dans leur vie personnelle**, ce qui fait d'elles des utilisatrices avancées, bien plus que les hommes (44 %). Pourtant, **elles sont 80 % plus enclines que les hommes à déclarer qu'elles « connaissent un peu » l'IA** (18 % contre 10 %), mettant en évidence un écart de confiance qui ne reflète pas leur savoir-faire réel.

En tant que femme dans la tech, Seetvun Amir explique que le décalage entre confiance et compétence provient souvent de l'autocritique.

« Les femmes se jugent souvent plus sévèrement en matière de compétences, souligne Amir. Cela ne me surprend pas, même si elles utilisent l'IA davantage que les hommes. Cette tendance à l'autocritique montre bien que confiance et compétences ne coïncident pas toujours.

Comment les femmes peuvent se libérer du syndrome de l'imposteur face à l'IA



Seetvun Amir
VP Produit, monday.com

01

Cesser de minimiser votre utilisation

Vous ne vous voyez peut-être pas comme un expert, mais le simple fait d'utiliser l'IA dans votre quotidien professionnel et personnel témoigne de votre aisance avec ces outils.

02

Cesser d'attendre la perfection

L'IA ne se résume pas à fournir la bonne réponse, mais à savoir poser les bonnes questions, s'adapter et mettre en pratique. Voilà la vraie compétence.

03

Commencer à reconnaître votre influence

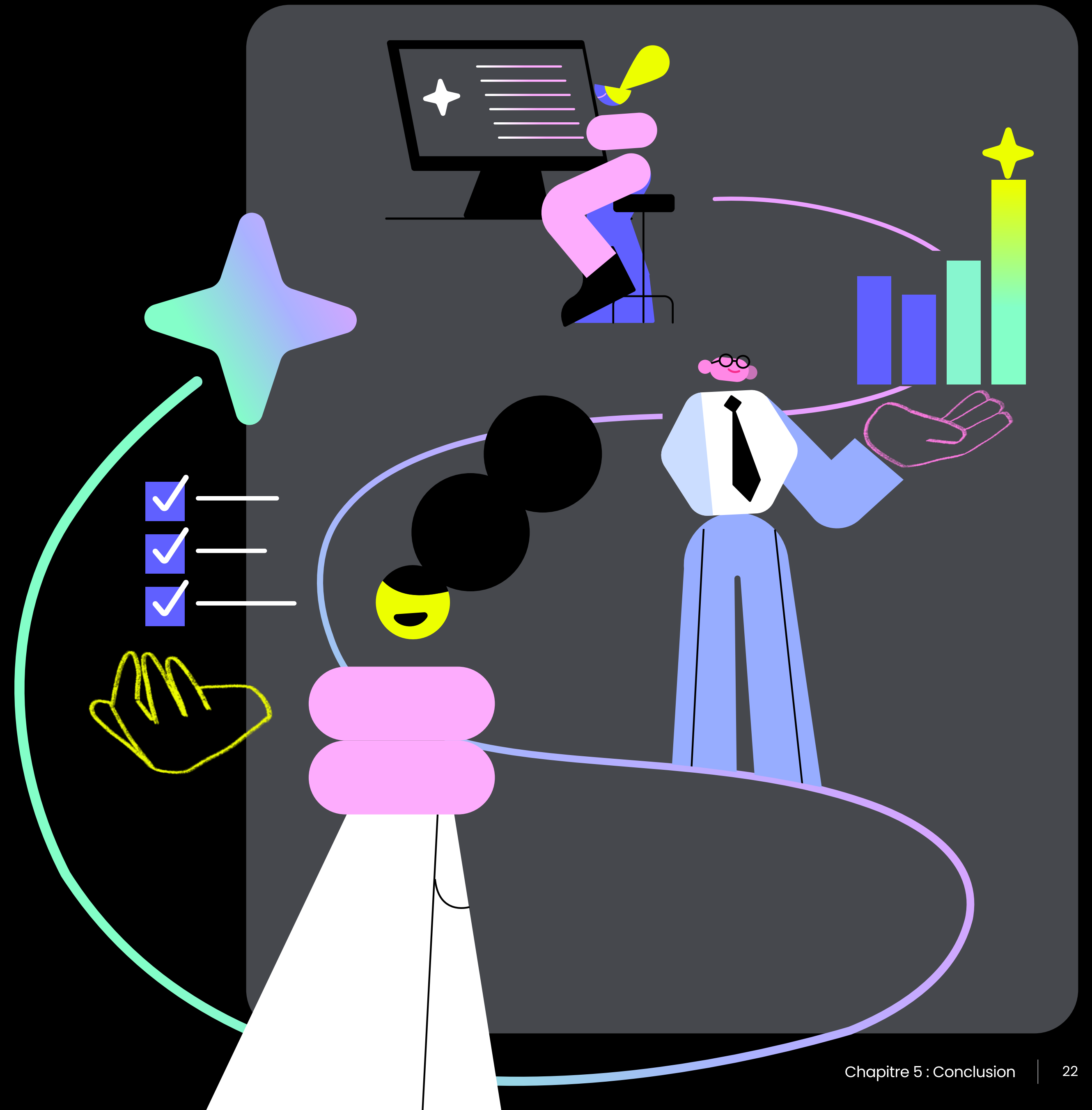
Les données révèlent que les femmes influencent discrètement la manière dont l'IA est adoptée au travail. C'est du leadership, même si ce n'est pas explicitement reconnu.

Conclusion

L'IA en 2025 est pratique et opérationnelle. Elle accélère les processus, vide les boîtes de réception et raccourcit les listes de tâches. Elle aide les collaborateurs à se sentir un peu moins débordés.

Les entreprises qui tirent le meilleur parti de l'IA ne misent pas forcément gros. Elles font de l'IA quelque chose de naturel. Une partie intégrante du processus de travail. Un moyen supplémentaire de travailler plus efficacement.

C'est ça l'ère opérationnelle de l'IA. Et ça marche.



Le prochain bond de l'IA commence ici

Chez monday.com, l'IA n'est pas seulement intégrée. Elle agit. De la génération de processus de travail à l'exécution des processus, l'IA s'adapte à vos besoins et produit des résultats qui se renforcent à terme. Nous croyons en une IA qui ne se contente pas de gérer le travail, mais qui le fait.

Le résultat ? Moins de tâches répétitives, plus de résultats.

Avec une IA qui agit à tous les niveaux du travail, votre équipe gagne en rapidité, en clarté et en concentration.



monday
sidekick

Prenez de meilleures décisions, plus vite

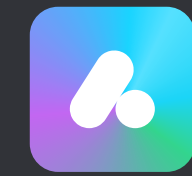
monday sidekick est votre assistant IA intelligent, intégré à votre environnement de travail. Il comprend votre rôle, vos objectifs et votre manière de travailler sur monday et les applications connectées. De la planification à l'exécution, il rédige du contenu, crée des rapports, mène des recherches et fait avancer le travail sans brief préalable. Sidekick s'adapte à vos workflows et vous laisse un contrôle total : chaque action est transparente, ajustable et exécutée sous votre supervision, pour des décisions fiables et efficaces.



monday
vibe

Créez des outils qui s'adaptent à votre entreprise

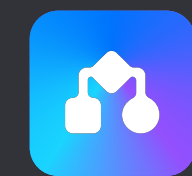
monday vibe permet à chacun de créer des applications métier sécurisées et personnalisées en utilisant le langage naturel. Sans code. Sans développeurs. Juste des outils construits sur une infrastructure prête pour l'entreprise, qui s'adaptent exactement à vos processus de travail.



monday
agents

Délégez le travail à l'IA, sans perdre le contrôle

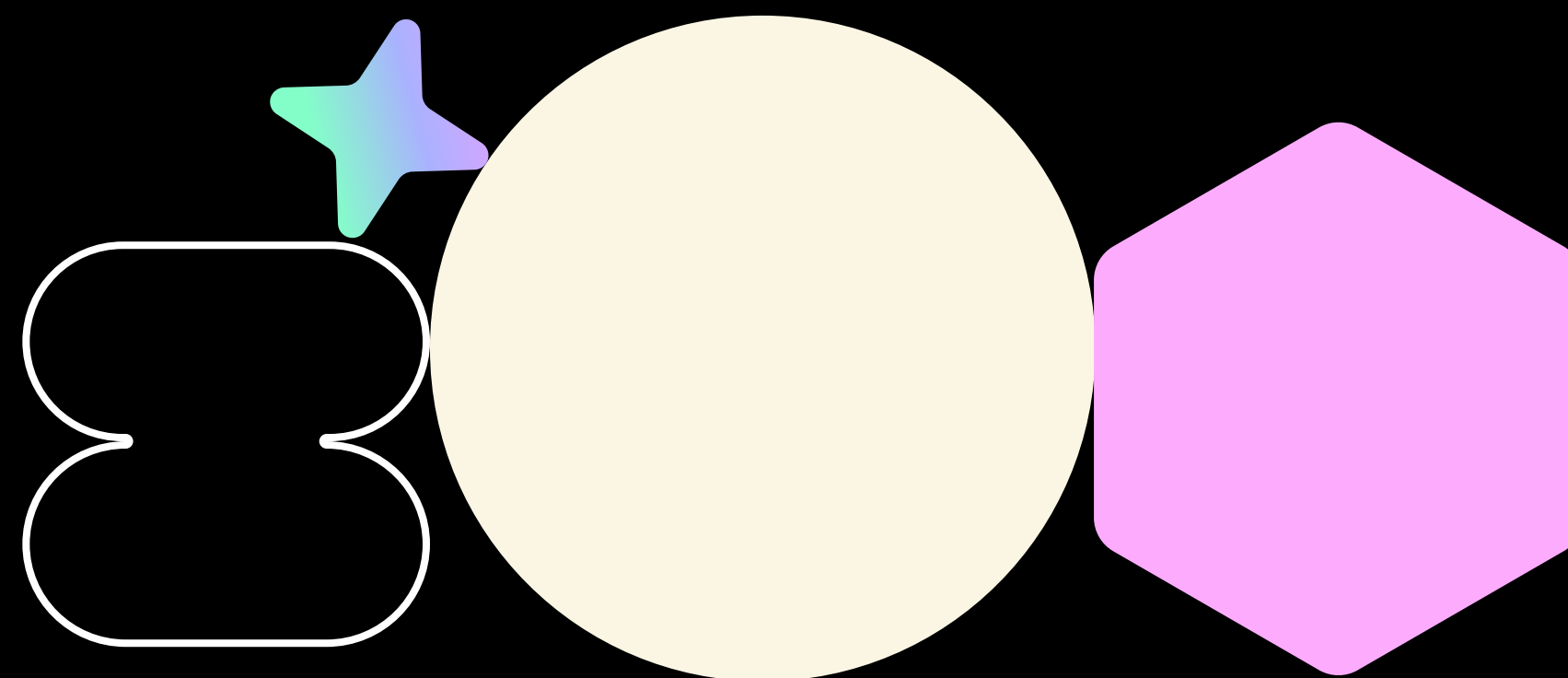
monday agents met à votre disposition des agents IA experts pour exécuter des workflows de bout en bout dans toute votre organisation. Prêts à l'emploi ou personnalisables, ils planifient, assignent et font avancer le travail de manière autonome, de la génération de leads à l'identification des risques. Avec une sécurité de haut niveau, vous gardez toujours le contrôle.



monday
workflows

Orchestrez votre travail selon vos processus métier

monday workflows vous permet de créer et d'automatiser des workflows complets en quelques secondes. Orchestration no-code, agents IA, données et règles métier sont intégrés nativement, avec une sécurité et une gouvernance de niveau entreprise.



Prêt à travailler autrement ?

Contactez un expert →