

Observatoire de la Notoriété et de l'Image de l'Intelligence Artificielle en France
Edition 2019

Les Français questionnent l'impact de l'IA en matière de confiance

- 62% des Français sont confiants en l'IA
- La vie privée devient le premier critère de défiance devant l'emploi
- Plus de 70% des Français sont en attente d'information sur l'impact positif de l'IA dans la santé et l'éducation

Issy-les-Moulineaux, le 02 décembre 2019 – Le collectif de réflexion et d'actions Impact AI, lancé à l'initiative de Microsoft en mars 2018 et constitué d'un ensemble d'acteurs sensibles aux enjeux de l'Intelligence Artificielle, dévoile les résultats de la deuxième édition de l'Observatoire de la Notoriété et de l'Image de l'Intelligence Artificielle en France. Réalisée par l'institut IFOP¹, l'édition 2019 souligne la prise de conscience des Français sur les enjeux de l'IA. Si les Français restent majoritairement confiants en l'IA (62%), ce niveau de confiance est en légère baisse par rapport à 2018 (-5 points). Ainsi, les Français les plus inquiets face à l'Intelligence Artificielle placent les risques en matière de vie privée et de protection des données en tête de leurs préoccupations (+10 points en un an à 38%) devant la possible destruction d'emplois (-2 points à 30%). La santé et l'éducation émergent comme des secteurs prioritairement touchés par l'IA, et sur lesquels 70% des Français sont en attente d'information.

Le collectif va pouvoir s'appuyer sur ces résultats pour enrichir les actions de ses quatre groupes de travail : IA Responsable, Education, Observatoire et AI for Good et accélérer ainsi le déploiement d'une Intelligence éthique et responsable en France.

Laurence Lafont, Présidente du Collectif Impact AI et COO de Microsoft France explique : « Cette nouvelle édition du baromètre Impact AI montre que l'Intelligence Artificielle n'est plus considérée comme une simple technologie et génère une vraie prise de conscience des Français sur ses enjeux et usages. Le besoin d'acculturation qui s'exprime conforte notre mission collective en faveur de la promotion d'une IA responsable. Nous sommes là précisément pour mettre en place les conditions de la confiance sans laquelle rien n'est possible et qui représente désormais la première préoccupation des Français vis-à-vis de l'IA. »

« L'image de l'IA est très ambivalente pour les Français à l'heure actuelle, avec près d'une personne sur deux qui affirme que l'IA représente à la fois un atout et une menace. Sensibiliser le grand public aux bénéfices de l'intelligence artificielle et accélérer le déploiement d'une intelligence éthique et responsable en France en renforçant la confiance sont les deux axes prioritaires du programme d'Impact AI en 2020. [Le Digital Society Forum](#) est également plus que jamais engagé pour s'assurer que l'intelligence artificielle soit réellement au

¹ **Méthodologie de l'Observatoire** : L'étude a été réalisée par l'Ifop du 28 au 31 octobre 2018 sous forme de questionnaire auto-administré en ligne auprès d'un échantillon de 1 505 personnes composé de :

- un échantillon de 1 004 individus représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus ;
- un sur-échantillon de 501 salariés représentatif de la population française salariée. Ajouté au nombre de personnes de cette cible obtenues naturellement dans l'échantillon principal, le nombre total de salariés s'élève à 989.

La représentativité de l'échantillon global a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Un redressement a également été réalisé pour ramener les répondants salariés à leur poids réel au sein de la population française de 18 ans et plus.

service du plus grand nombre. » ajoute Thierry Taboy, directeur enjeux sociétaux RSE Groupe Orange et coordinateur de l'Observatoire Impact AI sur la santé et le bien-être au travail.

L'Observatoire de la Notoriété et de l'Image de l'Intelligence Artificielle en France apporte un éclairage sur la relation des Français à l'IA en livrant les enseignements suivants :

❶ Respect de la vie privée : premier critère de défiance face à l'IA, devant l'emploi

- Dans un contexte où les nouvelles réglementations autour du RGPD prennent part au débat public, **les Français restent majoritairement confiants en l'IA (62%), cependant ce niveau de confiance est en légère baisse par rapport à 2018 (-5 points).**
- A noter, **les Français les plus inquiets face à l'Intelligence Artificielle placent les risques en matière de vie privée et de protection des données en tête de leurs préoccupations (+10 points en un an à 38%)** devant la possible destruction d'emplois devant d'autres items tels que la potentielle destruction des emplois (-2 points à 30%), le risque d'erreur d'interprétation ou la crainte que l'IA ne dépasse l'intelligence humaine.

❷ L'enjeu : créer les conditions de la confiance favorisant une adhésion éclairée aux bénéfices de l'IA

- Alors que la santé et l'éducation sont considérés comme des secteurs où l'IA aura un impact positif pour la société, **plus de 70% des Français sont en attente d'information** sur les possibilités offertes par l'Intelligence Artificielle dans ces domaines. Ainsi,
 - o 78% des Français considèrent que l'IA jouera un rôle important en matière de **santé** dans le quotidien des individus (77% des salariés), quand 59% pensent pouvoir y avoir recours eux-mêmes pour leur propre bien-être (60% chez les salariés).
 - o **L'éducation et la formation professionnelle** : 72% des Français considèrent que l'IA aura un rôle important dans l'éducation (69% des salariés) ; ils sont plus mitigés sur son impact concernant leur usage personnel (48% des Français pensent y avoir recours à titre personnel et 53% des salariés).
- Plus largement, les Français de plus de 50 ans, ceux qui vivent dans des zones rurales, et ceux qui déclarent ne pas travailler dans les nouvelles technologies font plus facilement le constat d'un manque d'information sur les potentialités offertes par l'IA dans ces secteurs.
 - o Ces constats se vérifient également auprès des salariés puisque que **près de 2 salariés sur 3 souhaiteraient** être davantage sensibilisés aux conséquences et applications de l'IA au travail (+3 points vs. 2018).

❸ Une connaissance de l'IA établie mais un usage encore restreint au quotidien

9 Français sur 10 déclarent connaître l'IA, soit un niveau proche de l'étude de 2018

- 7 Français sur 10 en ont une bonne image (71%)
- 6 personnes interrogées sur 10 sont confiantes dans l'intelligence artificielle
- Près d'un Français sur deux la qualifie en priorité d'« utile » (45%)
- Plus les Français adhèrent au fonctionnement de l'IA plus leur connaissance s'améliore, c'est encore plus vrai pour les personnes travaillant dans les nouvelles technologies
- Ils sont plus d'un sur deux à ne pas investir l'IA comme un atout ou une menace

Paradoxalement, seulement 25% d'entre eux estiment l'utiliser au quotidien

- Seul un Français sur deux voit précisément de quoi il s'agit (51%)
- Ils sont un peu plus nombreux à estimer en avoir l'usage dans leur vie personnelle (25%) vs leur vie professionnelle (17%)

- Or l'étude montre qu'ils ont déjà recours au quotidien à des scénarios d'IA : 72% ont déjà utilisé l'outil proposant des mots pour corriger un texte et 51% les assistants vocaux sur smartphone.

Une projection de l'impact futur de l'IA très différenciée d'un domaine à l'autre

- **Le transport et la mobilité** : 83% des Français considèrent que l'IA aura un rôle important dans le quotidien des individus dans ces deux domaines d'activités (81% des salariés), et 64% pensent pouvoir y avoir recours eux-mêmes à l'avenir (65% chez les salariés).
- **Les activités financières** : 76% estiment que l'IA aura un rôle important dans ce secteur (74% des salariés) ; logiquement, seulement 54% considèrent qu'ils pourront y avoir recours dans ce secteur plus éloigné du quotidien des individus (57% chez les salariés).
- **L'environnement et l'énergie** : 76% des Français considèrent que la technologie aura un rôle important dans ce domaine (74% des salariés), quand 59% pensent pouvoir y avoir recours eux-mêmes (60% chez les salariés).
- **L'agriculture et les produits alimentaires** : 62% des Français jugent que l'IA y apportera sa contribution au quotidien des individus contre 60% des salariés, et moins de la moitié dans son propre quotidien (42% des Français ; 45% des salariés).

A propos d'Impact AI

Impact AI est le Think & Do Tank de référence pour l'intelligence artificielle éthique en France. L'association est constituée d'un ensemble d'acteurs de l'intelligence artificielle, réunis autour de deux objectifs communs : traiter des enjeux éthiques et sociétaux de l'IA et soutenir des projets innovants et positifs pour le monde de demain.

Plus d'information sur les membres et le programme d'actions Impact AI : <http://impact-ai.fr/>

Contacts Hopscotch

Tansu Yuksel – tyuksel@hopscotch.fr – 01 41 34 18 59

Névine Chatila – nchatila@hopscotch.fr – 01 41 34 22 94