datashake

Connaissance et usage des AI Overviews en France

OCTOBRE 2026

N°122 845
Contacts Ifop :
François Legrand / Margot Renard
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

Sommaire

1. La méthodologie 3

2. Les résultats de l’étude 5

3. Les principaux enseignements 12

01

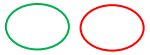
Méthodologie

Méthodologie

L’enquête a été menée auprès d’un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l’échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 15 au 16 octobre 2026.



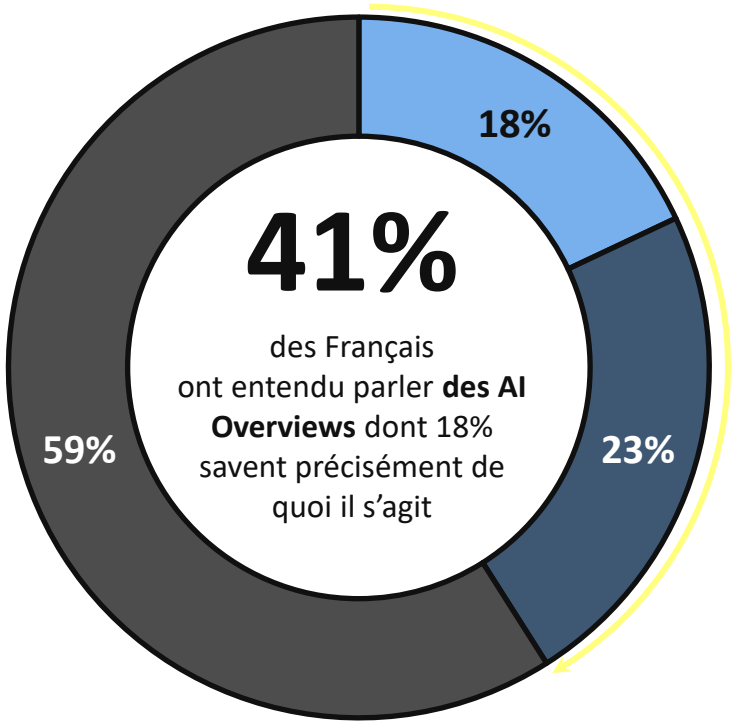
Indiquent des écarts significatifs entre sous-cibles par rapport à la moyenne des réponses de la cible concernée.

02

Les résultats de l’étude

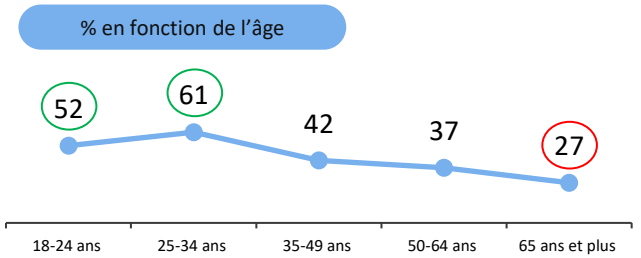
Un peu plus de 4 Français sur 10 ont entendu parler des AI Overviews, jusqu'à 6 sur 10 chez les jeunes et les diplômés du supérieur

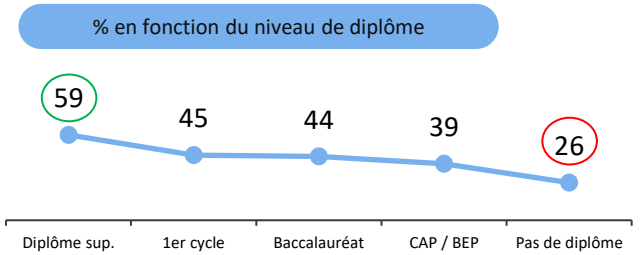
Question : Avez-vous entendu parler des « Aperçus IA » ou « AI Overviews » de Google ?

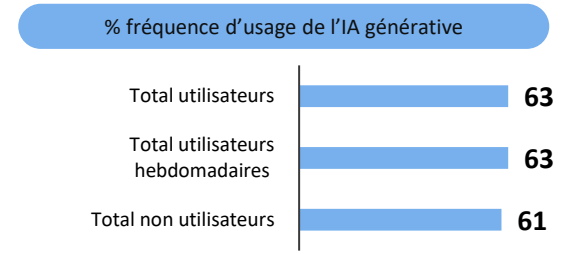


- Oui et vous voyez précisément de quoi il s'agit
- Oui vous avez entendu parler, mais vous ne voyez pas précisément de quoi il s'agit
- Non, vous n'en avez jamais entendu parler

Total « Oui » 41%



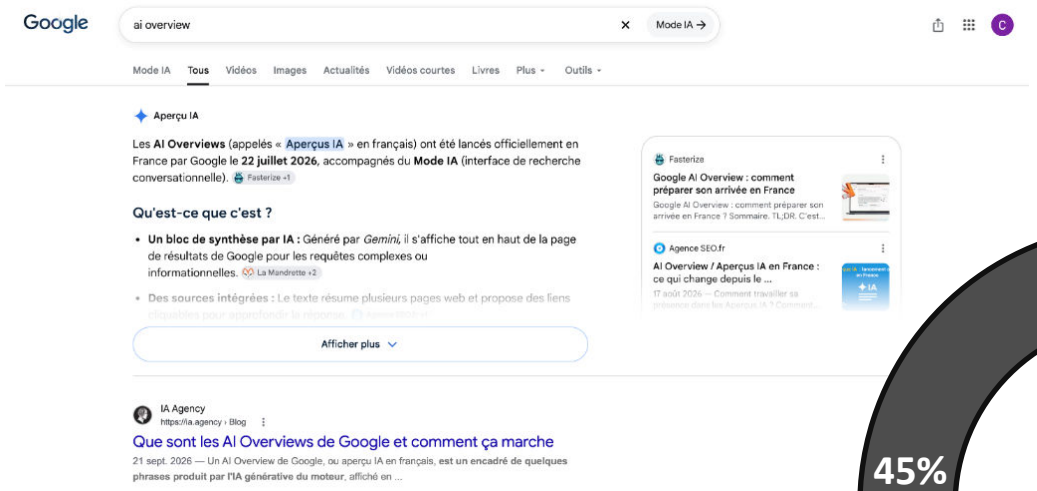


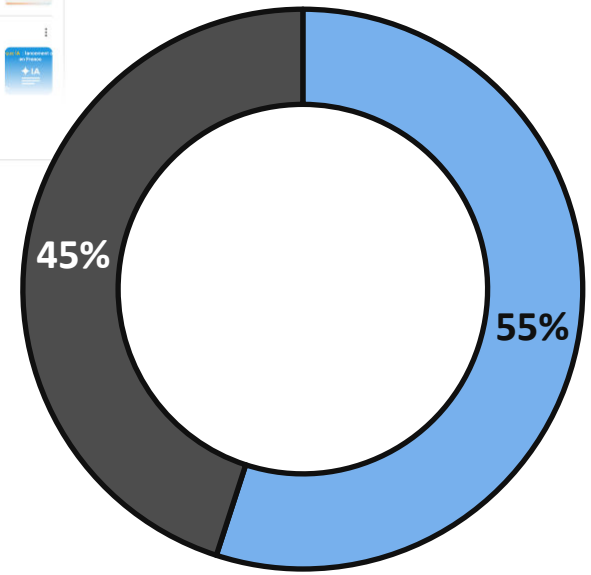


datashake x ifop

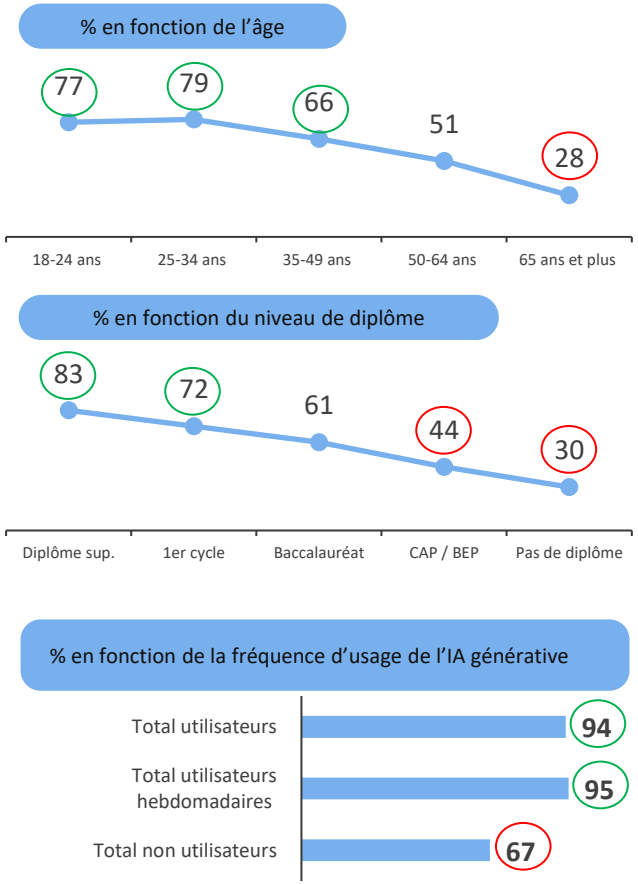
Plus d’un Français sur 2 reconnaît le bloc AI Overview, jusqu’à 8 sur 10 chez les moins de 35 ans et les diplômés du supérieur

Question : Voici un exemple de ce qui peut s’afficher en haut des résultats Google. Avez-vous déjà vu ce type de bloc Aperçu IA / AI Overview s’afficher lors d’une recherche ? Ce sont des réponses générées par l’intelligence artificielle lors d’une recherche Google.





« Oui »
55%

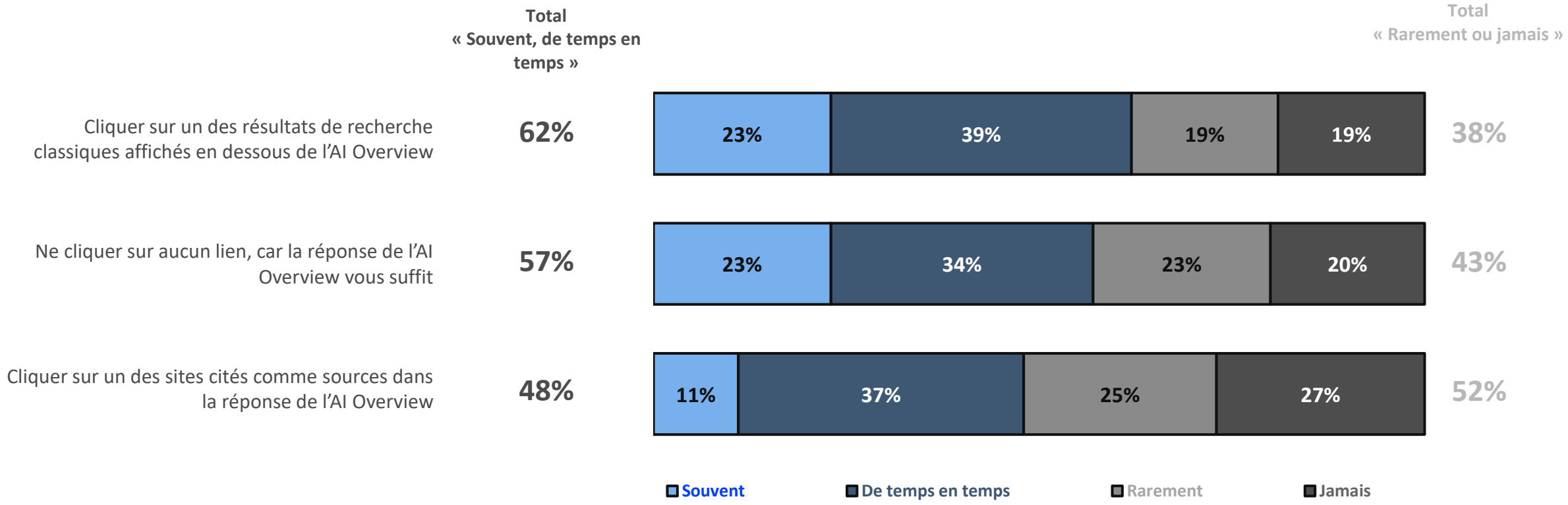


datashake x ifop

Les liens de recherche classiques en dessous de l'AI Overview restent les plus cliqués (62%), devant les sources citées (48%)

Question : Après avoir lu la réponse proposée par l'AI Overview, à quelle fréquence vous arrive-t-il de… ?

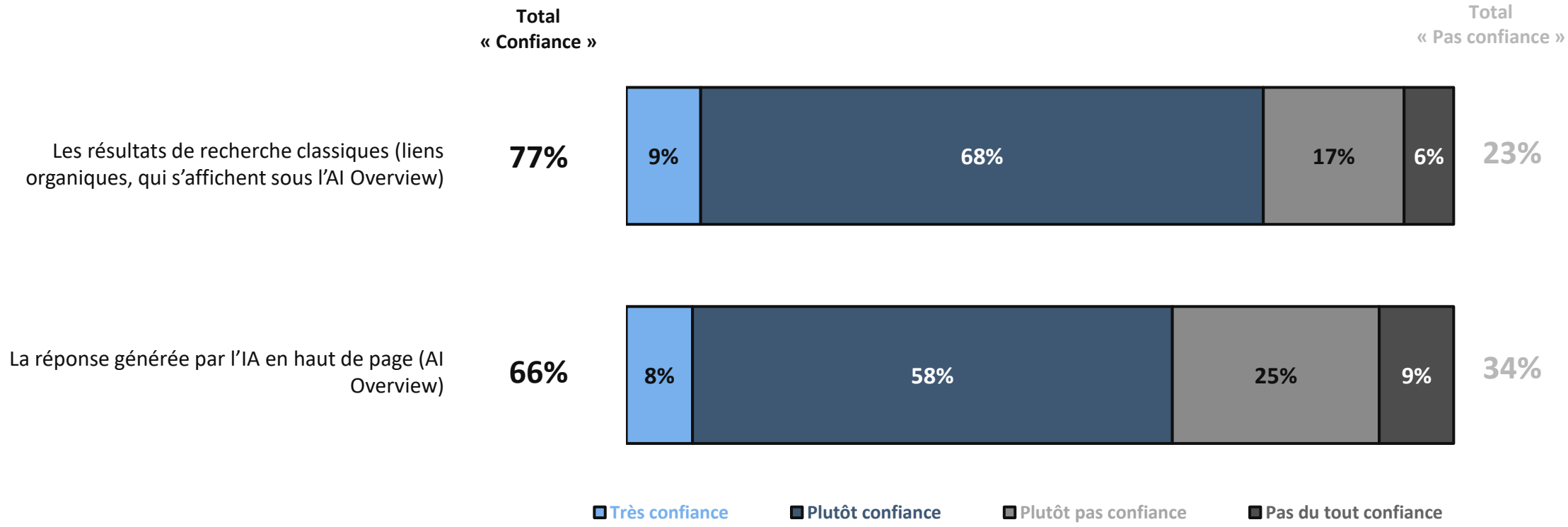
Base : *A ceux qui ont entendu parler des « Aperçus IA » ou « AI Overviews » de Google ou ayant déjà vu ce type de bloc, soit 65% de l'échantillon*



Ces résultats de recherche classiques restent aussi les plus crédités de confiance (77%), devant la réponse de l'AI Overview (66%)

Question : Quel niveau de confiance accordez-vous à chacun de ces éléments lorsque vous effectuez une recherche Google ?

Base : *A ceux qui ont entendu parler des « Aperçus IA » ou « AI Overviews » de Google ou ayant déjà vu ce type de bloc, soit 65% de l'échantillon*



L'AI Overview inspire moins confiance que les résultats classiques (66% vs 77%), notamment chez les non-utilisateurs d'IA (36%) et les 65 ans et plus (46%), où sa crédibilité est la plus faible

Question : Quel niveau de confiance accordez-vous à chacun de ces éléments lorsque vous effectuez une recherche Google ?

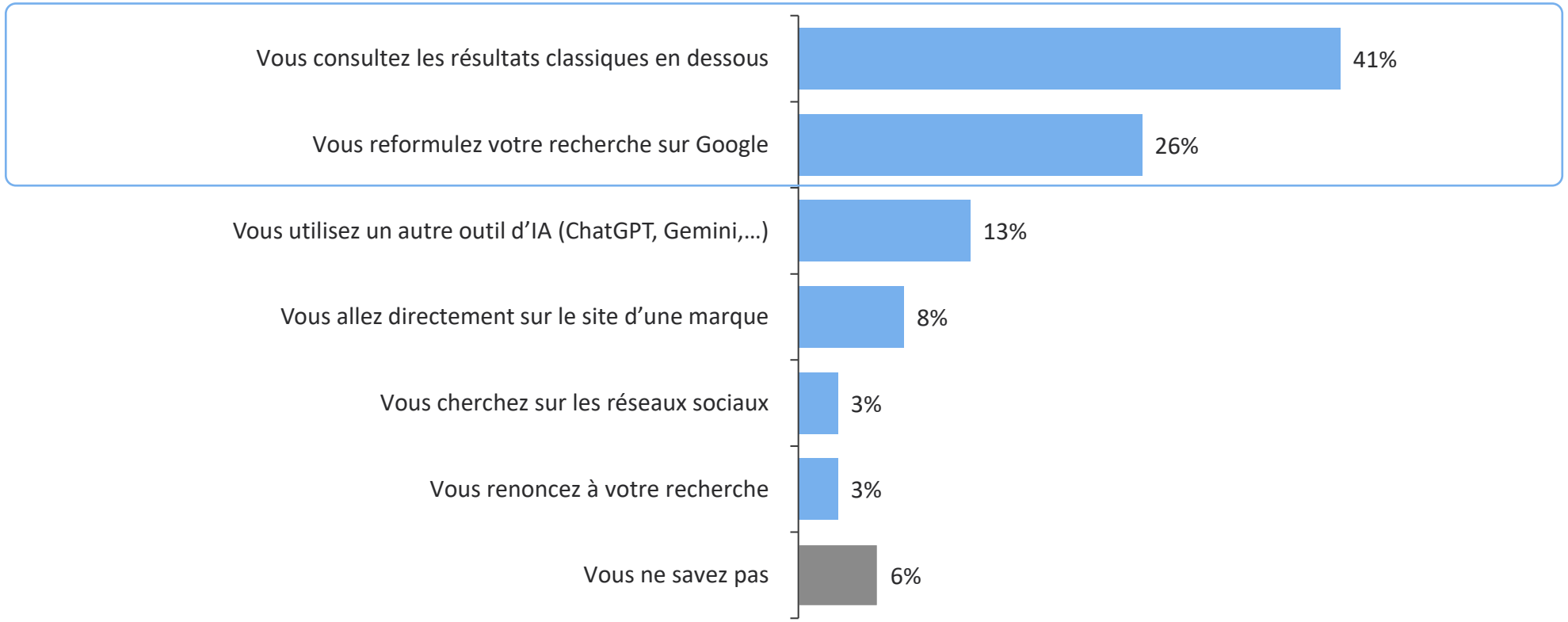
Base : *A ceux qui ont entendu parler des « Aperçus IA » ou « AI Overviews » de Google ou ayant déjà vu ce type de bloc, soit 65% de l'échantillon*

		Âge					Niveau de diplôme				Usage de l'IA générative		
	Ensemble	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	Diplôme sup.	1er cycle	Bac	CAP / BEP*	Total utilisateurs	Total utilisateurs hebdo.	Total non-utilisateurs
Les résultats de recherche classiques (liens organiques, qui s'affichent sous l'AI Overview)	77	85	84	86	71	58	83	83	79	68	86	90	59
La réponse générée par l'IA en haut de page (AI Overview)	66	78	78	75	56	46	65	71	72	61	81	85	36
Écart AI Overview vs résultats classiques (en points)	–11	–7	–6	–11	–15	–12	–18	–12	–7	–7	–5	–5	–23

Face à une réponse insatisfaisante, 2 internautes sur 3 restent sur Google : 41% consultent les résultats classiques, 26% reformulent leur recherche

Question : Lorsque la réponse de l'AI Overview ne vous satisfait pas, que faites-vous le plus souvent ?

Base : *A ceux qui ont entendu parler des « Aperçus IA » ou « AI Overviews » de Google ou ayant déjà vu ce type de bloc, soit 65% de l'échantillon*



03

Les principaux enseignements

Les AI Overviews s’installent dans les usages sans (encore) supplanter les liens classiques

Les AI Overviews sont déjà largement rencontrés (55 % des Français ont vu le bloc), mais restent peu compris (18 % savent précisément de quoi il s’agit). Ils complètent les liens classiques sans les remplacer : parmi les internautes qui les connaissent ou les ont déjà vus, 62 % déclarent cliquer au moins de temps en temps sur un résultat classique, et la confiance qu’on leur accorde (66 %) reste inférieure à celle des liens classiques (77 %). Quand la réponse déçoit, 2 internautes sur 3 restent sur Google, et ce sont les plus jeunes et les utilisateurs d’IA générative qui sont à la fois les plus actifs et les plus confiants.

- ## Plus d’un Français sur 2 a déjà vu un AI Overview, mais seuls 18 % savent précisément de quoi il s’agit

Plus d’un Français sur deux (55 %) a déjà vu un bloc AI Overview s’afficher lors d’une recherche Google, alors que 41 % seulement en ont entendu parler et que 18 % savent précisément de quoi il s’agit. Cette exposition dépasse largement la notoriété : parmi les personnes qui n’ont jamais entendu parler des AI Overviews, 41 % ont pourtant déjà vu le bloc s’afficher dans leurs résultats. Le format est plus connu et plus vu chez les plus jeunes et les plus diplômés : 61 % des 25-34 ans et 59 % des diplômés du supérieur en ont entendu parler (contre 41 % de l’ensemble), et 77 à 79 % des 18-34 ans et 83 % des diplômés du supérieur ont déjà vu le bloc (contre 55 %). Autrement dit, l’AI Overview s’impose à un grand nombre, plus particulièrement aux profils plutôt jeunes et diplômés.

- ## Les AI Overviews complètent les liens classiques sans les remplacer

Parmi les internautes qui connaissent ou ont déjà vu un AI Overview, 62 % déclarent cliquer au moins de temps en temps sur un résultat de recherche classique après avoir lu la réponse, contre 48 % sur un site cité comme source dans l’AI Overview. L’écart se creuse sur la fréquence : 23 % cliquent souvent sur un résultat classique, 11 % seulement sur une source citée, et 27 % ne le font jamais. Dans le même temps, 57 % se contentent au moins occasionnellement de la réponse de l’AI Overview, dont 23 % souvent. Les moins de 35 ans (72 % cliquent sur un résultat classique, 67 % se contentent de la réponse) et les utilisateurs d’IA générative (76 % et 70 %) sont les plus actifs sur les deux fronts, contre 33 % et 30 % chez les non-utilisateurs. Autrement dit, l’AI Overview ne se substitue pas aux liens classiques : il devient, pour une partie des internautes, une première étape qui peut suffire, tandis que les sites cités comme sources en tirent peu de clics fréquents.

- Une confiance réelle mais plus forte dans les liens classiques

Les internautes font davantage confiance aux résultats de recherche classiques (77 %) qu'à la réponse générée par l'IA en haut de page (66 %). La confiance dans l'AI Overview reste majoritaire mais prudente : 8 % seulement disent avoir très confiance et un tiers (34 %) n'a pas confiance. Elle est plus élevée chez les moins de 50 ans (75 à 78 %, contre 56 % chez les 50-64 ans et 46 % chez les 65 ans et plus) et chez les utilisateurs d'IA générative (81 %, contre 36 % chez les non-utilisateurs). L'écart entre les deux sources, de 11 points sur l'ensemble, atteint 23 points chez les non-utilisateurs d'IA et se limite à 5 points chez les utilisateurs. Les plus diplômés semblent plus critiques : 65 % des titulaires d'un diplôme de 2e ou 3e cycle font confiance à l'AI Overview, contre 83 % aux résultats classiques (-18 points), et leur niveau de confiance dans l'AI Overview est plus bas que celui des diplômés du 1er cycle (71 %) ou du bac (72 %). La confiance va donc de pair avec la familiarité de l'outil.

- Face à une réponse insatisfaisante, les internautes restent majoritairement sur Google

Lorsque la réponse de l'AI Overview ne les satisfait pas, 67 % des internautes restent dans l'écosystème Google : 41 % consultent les résultats classiques situés en dessous et 26 % reformulent leur recherche. Un quart (24 %) se tourne vers une autre source : 13 % vers un autre outil d'IA (ChatGPT, Gemini…), 8 % directement vers le site d'une marque et 3 % vers les réseaux sociaux. L'abandon reste marginal (3 %). Ces reports varient selon les profils : les moins de 35 ans (18 %) et les utilisateurs d'IA générative (17 %) se tournent plus souvent vers un autre outil d'IA, tandis que les 65 ans et plus vont plus souvent directement sur le site d'une marque (17 %, contre 8 % sur l'ensemble). Autrement dit, une réponse non satisfaisante relance la recherche plus qu'elle ne la clôt.

datashake x ifop

