

Communiqué de presse
Paris, le 11 février 2025

WOMEN RAISING

L'IA en Europe : vecteur de progrès ou d'inégalités ? Le premier baromètre européen de l'IA par JFD donne le ton

JFD - Join Forces and Dare - dévoile sa 13ème étude annuelle avec la publication du premier baromètre européen dédié à l'intelligence artificielle. Cette analyse inédite explore en profondeur les impacts, opportunités et défis de l'IA dans 8 secteurs économiques à travers 8 pays en Europe. Remis à Clara Chappaz, Ministre déléguée chargée de l'Intelligence artificielle et du Numérique, à l'occasion du Sommet pour l'Action sur l'IA, l'étude de JFD réalisée avec EY Fabernovel, OpinionWay et un comité d'acteurs économiques internationaux pionniers de l'IA, présente des recommandations concrètes pour faire de l'IA un réel vecteur de progrès, dans un contexte où elle transforme radicalement les entreprises et les sociétés.

A cet égard, les premiers résultats sont encourageants tout en appelant à aller plus loin :

- **65 % des entreprises interrogées disposent d'un responsable IA siégeant au comité exécutif.**
- **Plus du quart (29%) des responsables IA siégeant au comité exécutif des entreprises interrogées sont des femmes.**
- **Plus de la moitié (51%) des entreprises interrogées ont mis en place des protocoles pour tester et corriger les biais de leurs modèles.**
- **88 % des entreprises prévoient d'augmenter leurs investissements en IA au cours des 12 prochains mois.**
- **25% des entreprises interrogées ont déployé leurs propres LLMs.**

Basée sur une consultation de plus de 400 dirigeants européens, enrichie par des données publiques analysées et l'expertise d'un comité éditorial d'acteurs économiques internationaux, la 13ème étude annuelle de JFD couvre 8 pays européens¹ et 8 secteurs².

Delphine Remy-Boutang, fondatrice & CEO de JFD, déclare : « *Le baromètre européen de l'IA by JFD est une boussole essentielle pour orienter l'Europe vers une IA plus responsable, compétitive et performante. En 2025, JFD met l'audace et le collectif au service de l'émergence des femmes dans l'IA avec sa campagne "Women rAIsing". Les femmes qui réussiront dans l'IA seront celles qui sauront relier la tech et le business. C'est l'océan bleu de l'IA : un espace immense d'opportunités à saisir !* »

Avec **26 % de femmes dans le secteur de l'IA en Union européenne**, contre 22 % dans le monde, l'Europe affiche une avance en matière de mixité. Si la parité reste un objectif à atteindre, cette progression témoigne d'une dynamique positive qui pourrait faire de l'Europe un modèle d'inclusion et de diversité. En renforçant cet élan, elle peut non seulement accélérer la parité, mais aussi favoriser une IA plus éthique, performante et donc porteuse de progrès pour l'ensemble de la société.

Les 5 piliers de mesure du progrès pour la société et l'économie

Depuis deux ans, l'intelligence artificielle s'est démocratisée. 2025 s'annonce comme une année charnière comme en attestent les nombreux projets en cours à l'échelle mondiale. Mais peut-on s'assurer que ce développement rime avec progrès ?

Le baromètre européen de l'IA by JFD s'appuie sur cinq piliers de mesure pour orienter le développement d'une IA centrée sur l'humain. Véritable outil d'intérêt public, il contribue à façonner l'avenir technologique de la France et de l'Europe.

Les pays européens analysés adoptent une approche relativement uniforme en IA, mais la France et le Royaume-Uni se démarquent par leur maturité, leurs investissements majeurs et leurs initiatives éthiques.

1. Accès et inclusion

L'intelligence artificielle devient un enjeu stratégique pour les entreprises européennes, qui l'intègrent progressivement au plus haut niveau de leur gouvernance. Aujourd'hui, **65 % des entreprises interrogées comptent un responsable IA au sein de leur comité exécutif**. Toutefois, la parité reste un défi : seulement **29 % des responsables IA siégeant au comité exécutif de ces entreprises sont des femmes** (24 % en France). Cette proportion atteint 38 % au Royaume-Uni et en Irlande. Le secteur le plus exemplaire en la matière est celui de la finance et de l'assurance (51 %).

2. Usage et transformation sectorielle

L'IA transforme déjà les métiers et les écosystèmes, estiment 80 % des professionnels interrogés. Cela conduit les entreprises à accélérer leur stratégie d'adoption et d'investissement dans l'IA. Ainsi, **99 % des entreprises interrogées ont déjà investi dans l'IA**, et parmi elles, **40 % allouent entre 1 et 5 % de leur chiffre d'affaires à cette technologie**. Cette tendance devrait s'accélérer puisque **88 % des entreprises prévoient d'augmenter leurs investissements en IA au cours des 12 prochains mois**.

En Espagne, une entreprise sur deux alloue 6 à 10 % de son chiffre d'affaires à l'IA (37 % en France).

¹ France, Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas, Italie, Espagne, Suède et Irlande.

² Automobile et transports - Banque, finance et assurance - Divertissement, médias et télécommunications - Éducation - Produits pharmaceutiques - FMCG - Services publics et environnement - Services technologiques.

3. Emploi

L'IA redessine profondément le marché du travail. **40 % de l'emploi mondial est exposé aux transformations liées à l'IA**, avec des impacts positifs et négatifs selon les secteurs. En Europe, la fonction la plus impactée selon les entreprises interrogées sont les systèmes d'information (50 %). Cependant, son potentiel d'optimisation est largement reconnu : 95 % des professionnels estiment qu'elle peut accroître la productivité des employés. Les pays interrogés adoptent une vision commune et cohérente sur le potentiel de l'IA.

4. Confiance

L'éthique et la transparence restent des enjeux majeurs pour une adoption responsable de l'IA. Aujourd'hui, **51 % des entreprises interrogées ont mis en place des protocoles pour tester et corriger les biais de leurs modèles**. Mais **seules 33 % des entreprises européennes disposent d'un comité d'éthique dédié à l'IA**, un levier essentiel pour renforcer la confiance des utilisateurs et des parties prenantes. La plus avancée en la matière est la France (56 %) et les secteurs qui se démarquent le plus sont l'automobile et le transport (61 %), et divertissement, médias et télécommunications (60 %).

5. Maturité et souveraineté technologiques

Si l'Europe se positionne comme un acteur clé de l'IA, des défis persistent en matière de souveraineté technologique. **74 % des entreprises interrogées n'ont pas déployé leur propre modèle de langage (LLM)**, mais la plupart étudie la question (61 %). Actuellement, **14 % des 28 LLM les plus utilisés dans le monde sont européens**, soulignant la nécessité d'accélérer l'innovation. L'investissement est un levier essentiel avec des stratégies dédiées et des engagements majeurs en Allemagne (3 milliards €), en France (1,5 milliard €), au Royaume-Uni (1,16 milliard €) et en Italie (1 milliard €).

L'appel à l'action collective pour rendre l'IA aussi responsable que performante

Remis à **Clara Chappaz**, Ministre déléguée chargée de l'Intelligence artificielle et du Numérique à l'occasion du Sommet pour l'Action sur l'IA, le baromètre européen de l'IA by JFD, conçu avec EY Fabernovel, OpinionWay et un comité d'acteurs économiques internationaux pionniers de l'IA a l'ambition de nourrir les stratégies des entreprises, des décideurs politiques et de la société civile. L'objectif étant de faire de l'IA un moteur de progrès pour tous, à travers des actions concrètes :

- **Déployer des formations paritaires** avec des modèles éprouvés comme **l'École Data & IA** ainsi que le programme de formation interne "Objectif IA" du **groupe La Poste** avec près de 85 000 personnes ayant déjà reçu la formation ;
- **Favoriser l'émergence de talents féminins** comme le fait le prix **les Margaret** seul prix tech féminin sous le haut patronage du président de la République française ou **Eurazeo** qui s'appuie sur des profils féminins alliant tech et business pour mener ses projets de transformation tant en interne que pour ses acquisitions et investissements.
- **Réduire les biais algorithmiques** grâce à des chartes et comités éthiques, ainsi qu'à des dispositifs d'évaluation et de correction de biais, adoptés par des acteurs tels qu'**Allianz France, L'Oréal Groupe, Sanofi** ou **IBM**.
- **Accélérer les carrières des femmes et la croissance de leurs entreprises** via des initiatives de mentorat et d'accompagnement comme le fait le groupe **Carrefour** avec Carrefour.IA ou encore les formations IA en entreprise d'**Epitech**, et **JFD** au travers ses programmes d'accompagnement - JFD Club, les Margaret avec ses 3 catégories : entrepreneure, intrapreneure, et junior.

- **Inspirer, mobiliser et accompagner dès le plus jeune âge**, à l'image d'**EuraTechnologies** avec l'EuraTech'Kids ou **les Margaret Junior** qui ouvrent les portes de la tech aux nouvelles générations.

En adoptant ces mesures à grande échelle, l'Europe peut non seulement réduire les inégalités, mais aussi transformer l'innovation en plaçant l'humain au cœur du développement de l'IA. Avec une approche axée sur l'égalité, la compétitivité et la responsabilité, l'Europe peut se positionner comme leader mondial d'une intelligence artificielle performante et responsable.

Consultez le Baromètre Européen de l'IA by JFD :

<https://www.joinjfd.com/etude/>

Méthodologie du Baromètre Européen de l'IA by JFD - Février 2025 :

- Recherches documentaires et analyse des données publiques.
- Enquête menée auprès de plus de 400 cadres supérieurs européens (France, Royaume Uni, Allemagne, Pays-Bas, Italie, Espagne, Suède et Irlande) participant aux décisions IA de leur entreprise de plus de 250 salariés.
- Comités éditoriaux réunissant de grands acteurs économiques et partenaires stratégiques JFD.
- Entretiens avec plus de 20 cadres de haut niveau, experts et directeurs techniques.

Ont contribué au baromètre européen de l'IA by JFD :

Allianz France : Isabelle Hébert - Member of the Executive Committee in charge of Data, Engagement, Marketing and Strategy, Laurence Bronner - Chief of staff to the Head of Data, Engagement, Marketing & Strategy, Mélanie Conrard - Brand Partnerships Manager;

Carrefour : Emmanuel Grenier - Directeur exécutif e-commerce, data et transformation digitale, Miguel Gonzalez - Global & France Chief Digital Officer, Arnaud Grojean - Chief Data & Analytics Officer, Vania Pecheu-Bovet - Head of global data & AI strategy;

Epitech : Laura Hassan - Directrice Générale, Julien Perez - Program director AI & Pedagogy Epita & Epitech Lab;

EuraTechnologies : Koussée Vanecke - Présidente du directoire;

Eurazeo : Domitille Doat-Le Bigot - Chief Digital and Information Officer;

EY Fabernovel : Jean-Christophe Liaubet, Caroline Martin, Melina Skourias - Associées;

Groupe La Poste : Nathalie Collin - Directrice Générale de la Branche Grand Public et Numérique, Pierre Etienne Bardin, Chief Data Officer, Matthieu Olivier - Directeur Transformation & Innovation Data & IA;

L'Oréal Groupe : Béatrice Dautzenberg - Directrice Internationale des services Beauty Tech, Ariane Thomas - Global Tech Director of Sustainability, Vanessa Masliah - Directrice Communication L'Oréal Beauty Tech;

JFD : Delphine Remy-Boutang - founder & CEO, Stephanie Elbaz - Head of Content, Laurence Lucas - Head of Partnership, Mélissa Rancé - Head of Communication;

IBM : Béatrice Kosowski - Présidente France, Alexandra Ruez - VP & Senior Partner, Business Transformation Services Leader IBM Consulting, Francesca Rossi - Fellow and AI Ethics Global Leader;

La French Tech : Julie Huguet - Directrice Mission;

LinkedIn France : Fabienne Arata-Camps - Country Manager, Esther Ohayon - Directrice Communication EMEA Core Markets;

Meetic Europe : Céline Boudière - Directrice Marketing & Digital, Gabrielle Gleysteen Chief Product Officer;

Sanofi : Karine Boullier - Global Head of Upskilling Manufacturing & Supply, Inna Ben-Anat, AVP, Global Head of Smart Factories Manufacturing and Supply;

ainsi que **Arver**, **Bpifrance**, **France Digitale** et **Hub FranceIA**.

À propos de JFD

JFD - Join Forces & Dare- est une entreprise internationale créée en 2012 par Delphine Remy-Boutang. Accélérateur tech, JFD se mobilise depuis plus de 10 ans pour faire émerger les rôles-modèles et leaders de demain. Actif en Europe, en Afrique et au Canada, JFD réunit acteurs privés, publics et médias pour permettre aux femmes d'investir le monde de la tech. En 2025, JFD a mis l'audace et le collectif au cœur de son projet pour assurer l'émergence de femmes inspirantes dans l'IA au travers sa campagne women **rAI**sing. Depuis plus de 10 ans, JFD agit avec des initiatives phares telles que le prix "les Margaret" sous le haut patronage du Président de la République

Française, la Fondation Margaret, le JFD Club, ses événements, le Mouvement des Chemises Blanches... À travers ses actions, ses études annuelles et publications qui font référence comme son dernier ouvrage publié chez Flammarion : "*Athlètes de l'innovation*" ; JFD a touché 20 millions de personnes, formé plus de 10 000 talents et soutenu la croissance de plus de 1000 startups.

Contacts presse JFD

Marie-Philippine Elbaz Méchet mp@mprp.fr / +336 60 65 20 65

Mélissa Rancé melissa@thebureau.fr / +336 63 13 62 55

Stéphanie Elbaz stephanie.elbaz@maior-conseil.com / +336 46 05 08 07

À propos de EY Fabernovel

EY Fabernovel est une entreprise internationale, experte du conseil en transformation stratégique, et de la création de produits et de services innovants.

Créé en 2003 par Stéphane Distinguin, Fabernovel est devenu EY Fabernovel le 5 juillet 2022, fruit du rapprochement avec EY Consulting pour devenir le leader de la convergence des transitions numériques et écologiques en Europe. Les équipes pluridisciplinaires, composées de développeurs, designers, créatifs, analystes, ingénieurs data, spécialistes du marketing apportent leurs convictions et solutions sur toute la chaîne de valeur du numérique, de la phase de conseil à la phase de réalisation de produits utiles au quotidien, jusqu'à la campagne marketing et à la valorisation des stratégies de transformation.

Contact presse EY Fabernovel : Amélie Fournier amelie.fournier@fr.ey.com / +336 34 27 50 47

À propos du Groupe OpinionWay

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion. Une mission : rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, BtoC & BtoB, en intégrant notamment à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires, le text mining et le storytelling.

OpinionWay a reçu deux récompensant cette dynamique d'innovation lors des Trophées Etudes & Innovations 2023 : le Trophée OR dans la catégorie « Satisfaction des consommateurs / Parcours et expérience client » et le Trophée ARGENT dans la catégorie « Tendances et prospective ».

Le Groupe intervient sur les cinq continents - avec une expertise renforcée sur la Chine, le Moyen-Orient, les États-Unis, le Japon et la Corée du Sud - depuis ses implantations en France (Paris, Bordeaux), au Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie), en Europe de l'Est (Pologne) et en Afrique Sub-saharienne (Côte d'Ivoire). Elle emploie 150 salariés.

Membre actif d'Esomar et certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR (avec pour vocation de mieux satisfaire ses clients et de faire progresser ses collaborateurs).