

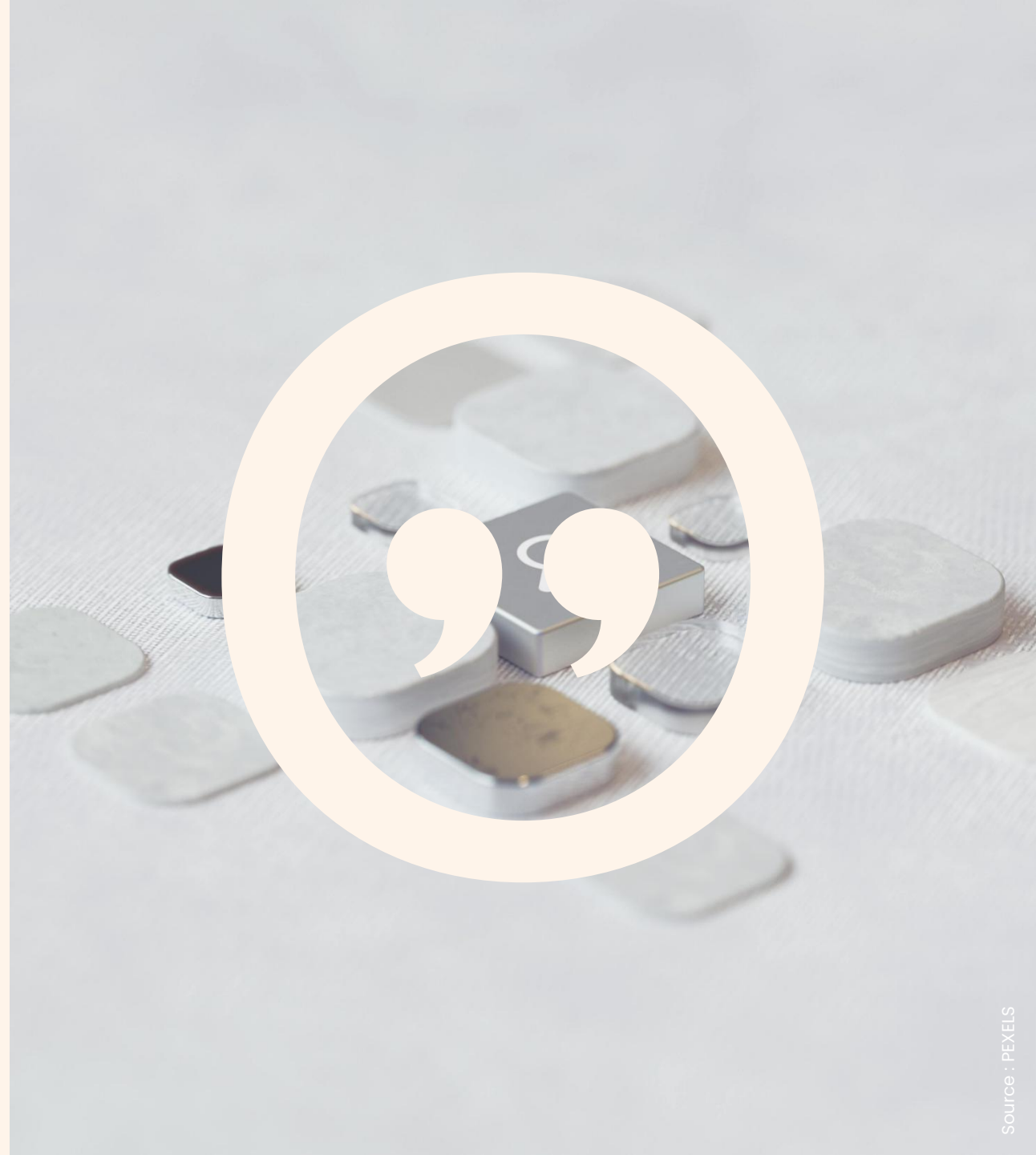
opinionway,

— POUR —

SEO.fr

Les Français, les moteurs de recherche et *les outils d'IA*

Présentation | Mai 2026





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour SEO.fr** »

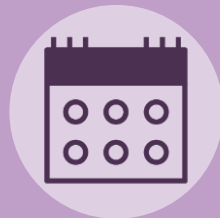
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 013 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 20 au 25 février 2026**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte **des marges d'incertitude** : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1 000 répondants.



Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock

” La fréquence d'utilisation de divers outils de recherche sur Internet

Q. De façon générale, pour vos recherches sur internet, à quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants ?

Les moteurs de recherche



Au moins occasionnellement

94%

...dont Souvent

77%

Les sites spécialisés tels que les marketplaces et les sites d'avis clients



67%

29%

Les réseaux sociaux et plateformes vidéo



61%

38%

Les outils d'Intelligence Artificielle

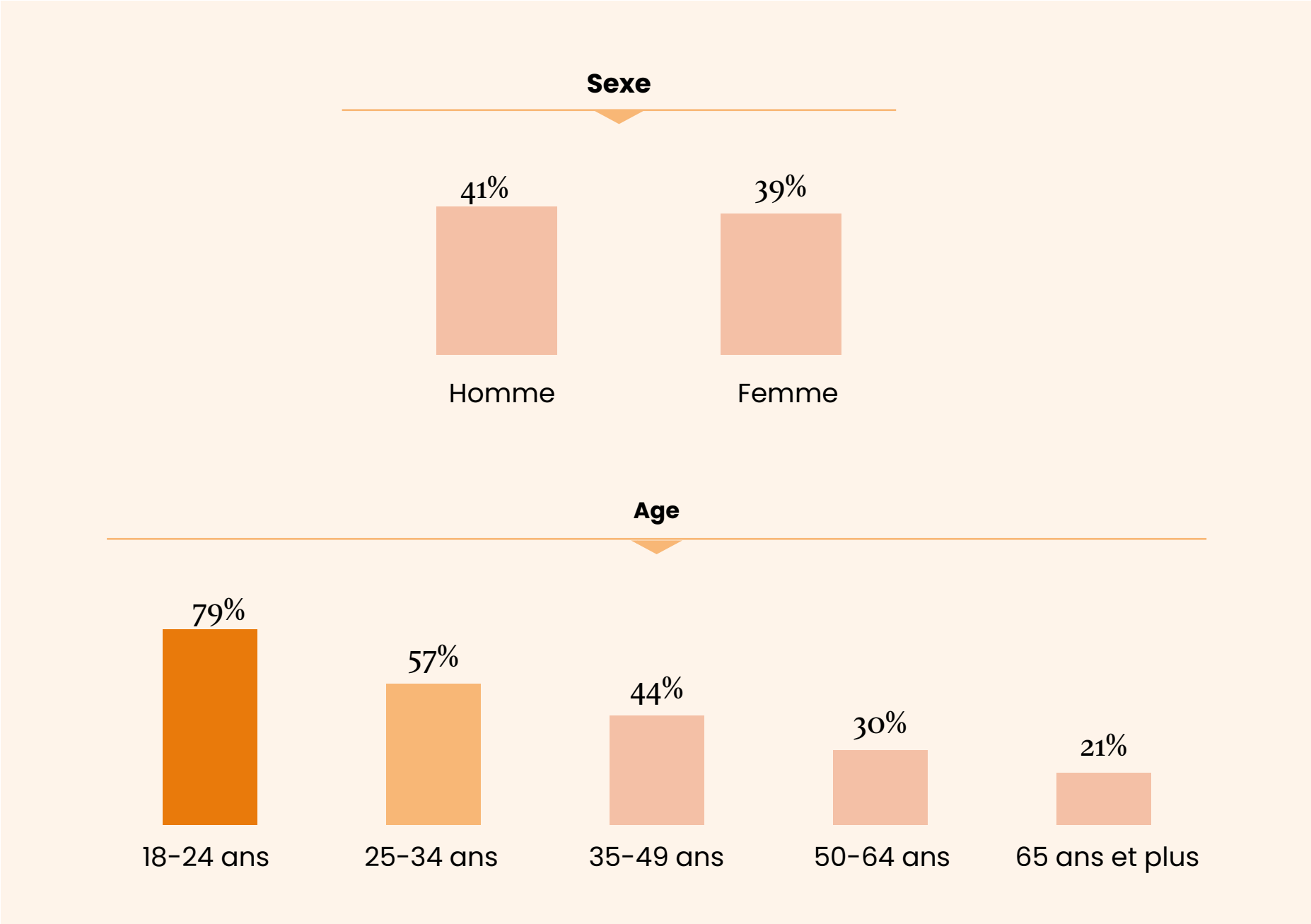


40%

16%

Le profil des utilisateurs au moins occasionnels des outils IA

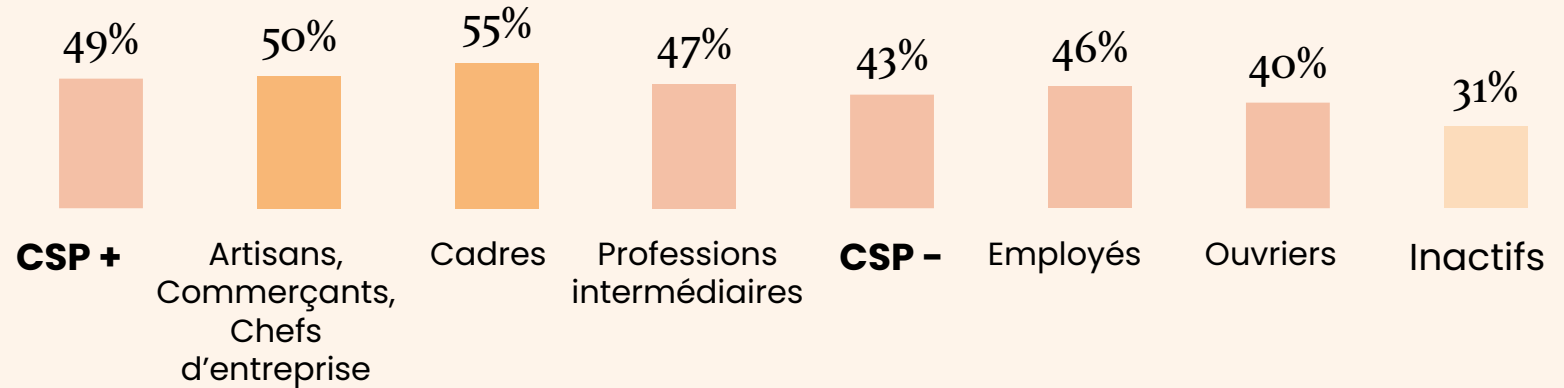
40%



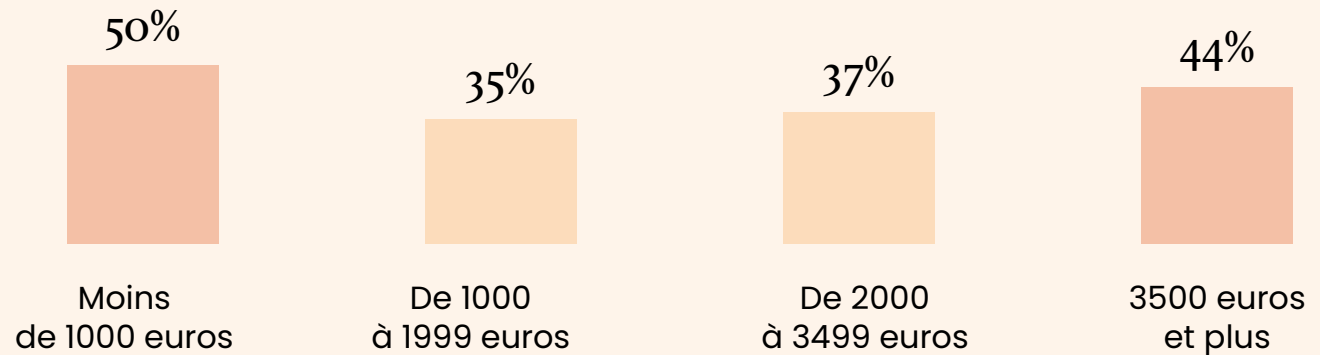
Le profil des utilisateurs au moins occasionnels des outils IA

40%

Activité professionnelle



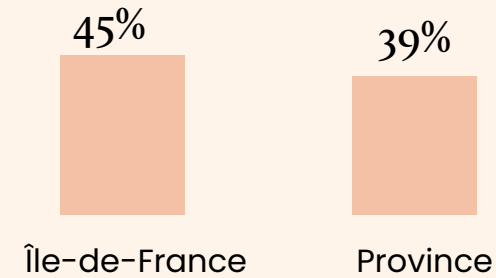
Niveau de revenus mensuel



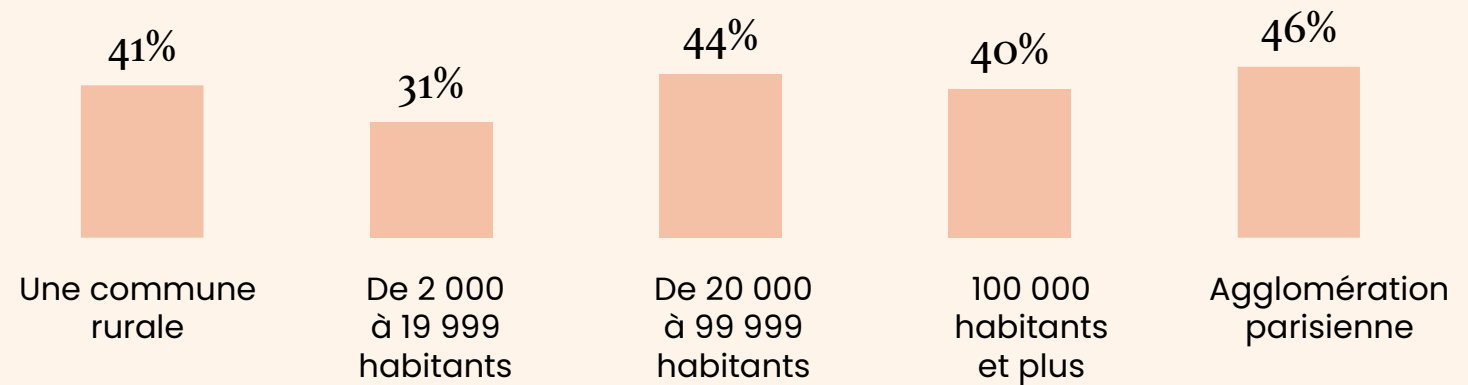
Le profil des utilisateurs au moins occasionnels des outils IA

40%

Lieu de résidence

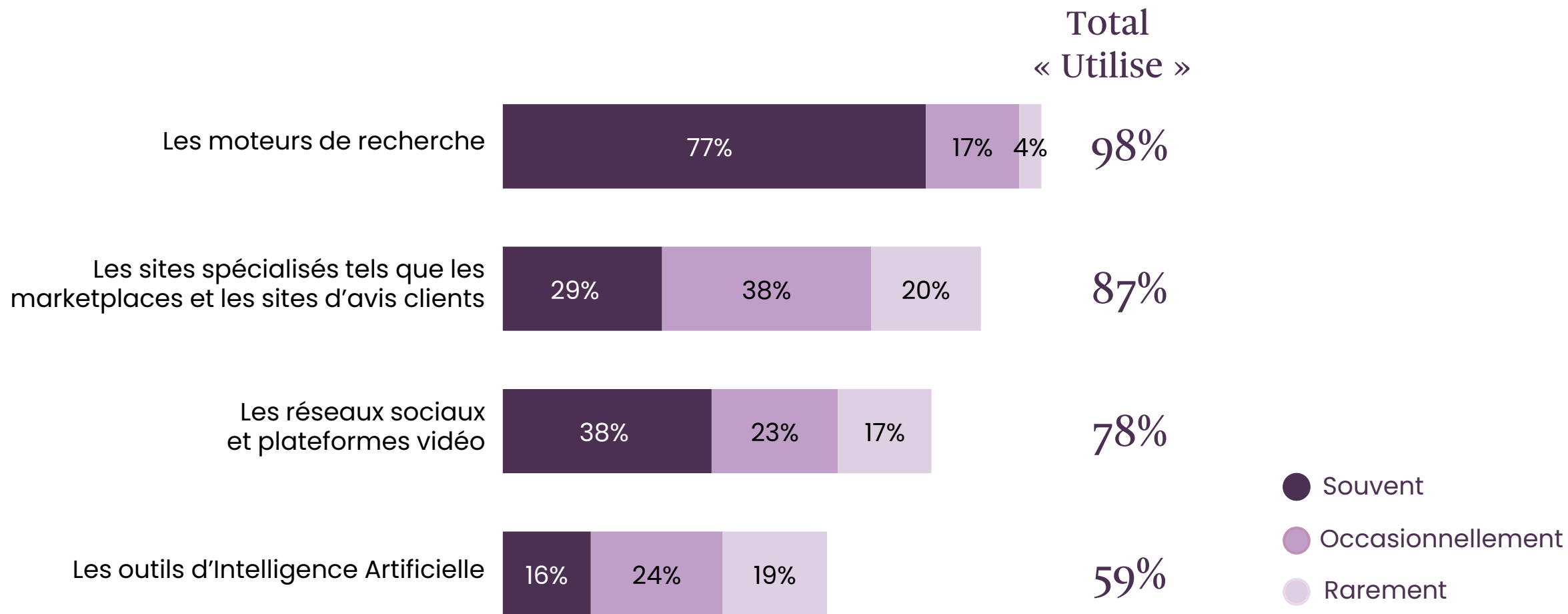


Catégorie d'agglomération



“ La fréquence d'utilisation de divers outils de recherche sur Internet - *Récapitulatif*

Q. De façon générale, pour vos recherches sur internet, à quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants ?



” La fréquence d'utilisation de divers outils de recherche sur Internet

Q. De façon générale, pour vos recherches sur internet, à quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants ?

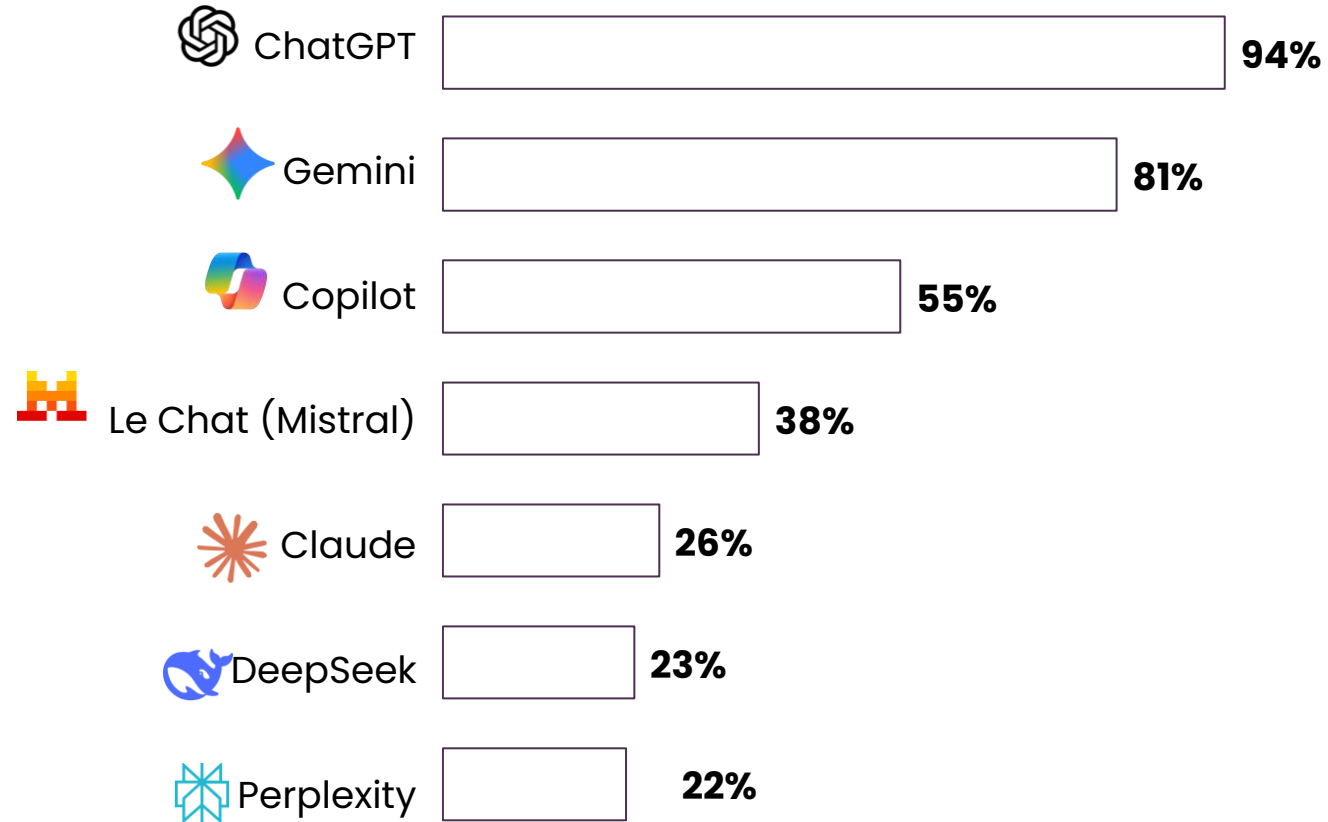
Au moins « Occasionnellement »	% Total	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Moteurs de recherche (ex : Google, Bing, etc.)	94%	95%	93%	93%	93%	97%	98%	91%	97%	93%	93%
Sites spécialisés tels que les marketplaces (ex : Booking, Amazon, Cdiscount, etc.), les sites d'avis clients...	67%	69%	67%	64%	70%	72%	69%	62%	71%	73%	61%
Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, X, TikTok, etc.), plateformes vidéo (ex : YouTube, Dailymotion, DTube, etc.)	61%	58%	65%	88%	79%	67%	55%	42%	66%	70%	53%
Outils d'Intelligence Artificielle (outils conversationnels utilisant l'IA pour répondre à des questions, générer du contenu, ...)	40%	41%	39%	79%	57%	44%	30%	21%	49%	43%	31%

X% X% Différence significative par rapport au total



La notoriété des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Voici maintenant une liste d'outils d'Intelligence Artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :





La notoriété des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Voici maintenant une liste d'outils d'Intelligence Artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :

Une seule réponse possible par modalité de réponse

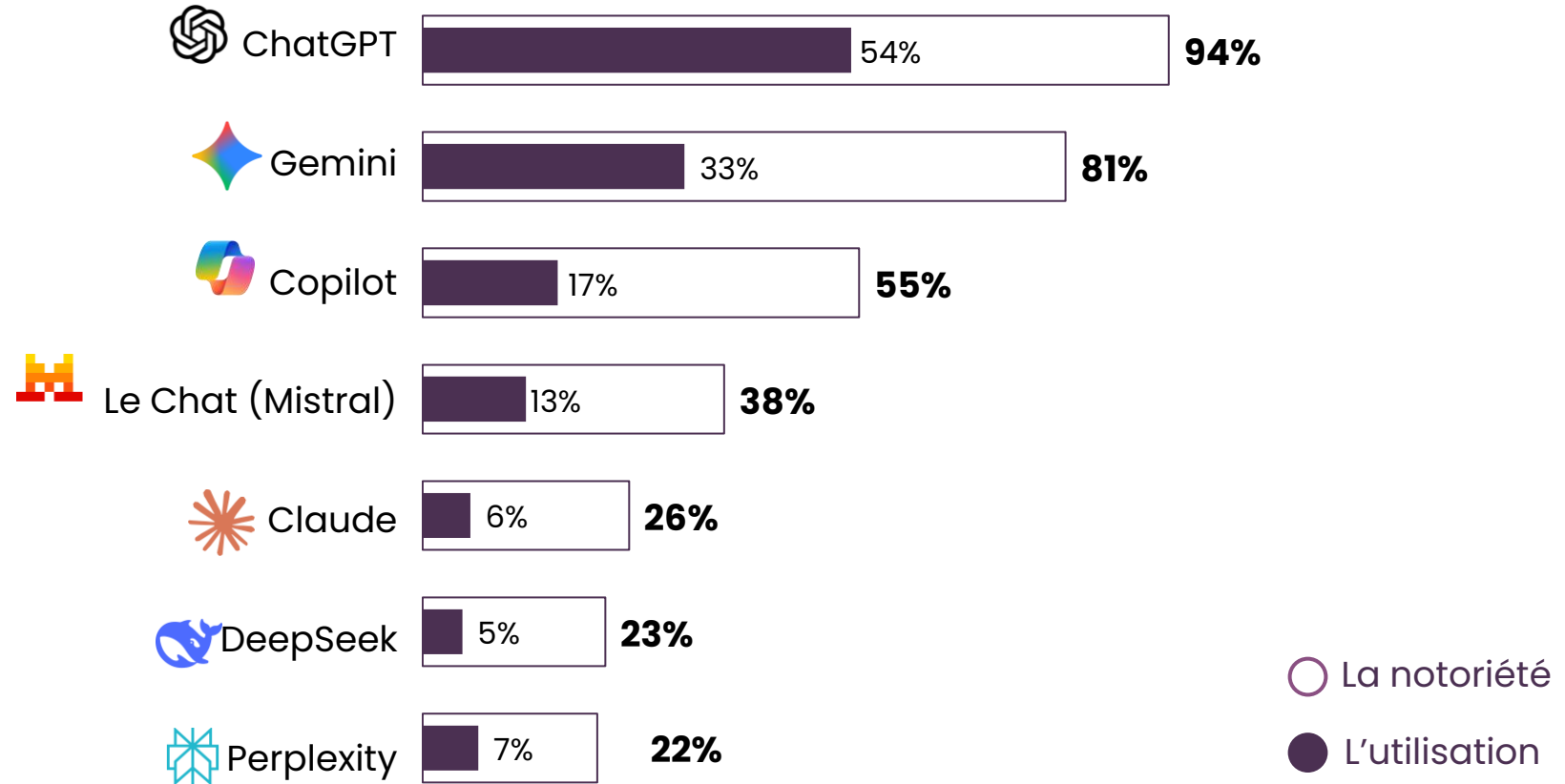
Total - Connaisseurs	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
ChatGPT	94%	95%	93%	98%	93%	96%	94%	93%
Gemini	81%	85%	78%	88%	79%	86%	81%	77%
Copilot	55%	62%	49%	62%	53%	66%	48%	53%
Le Chat (Mistral)	38%	47%	30%	49%	35%	50%	34%	33%
Perplexity	22%	29%	16%	38%	17%	31%	18%	18%
Claude	26%	32%	21%	42%	22%	38%	26%	19%
DeepSeek	23%	32%	15%	38%	18%	32%	22%	18%

X% X% *Différence significative par rapport au total*



L'utilisation des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Voici maintenant une liste d'outils d'Intelligence Artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :





L'utilisation des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Voici maintenant une liste d'outils d'Intelligence Artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :

Une seule réponse possible par modalité de réponse

Total - Utilisateurs	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
ChatGPT	54%	53%	55%	79%	46%	68%	56%	43%
Gemini	33%	36%	30%	49%	28%	41%	31%	28%
Copilot	17%	20%	15%	23%	15%	26%	14%	14%
Le Chat (Mistral)	13%	16%	10%	20%	11%	22%	10%	9%
Perplexity	7%	8%	6%	13%	5%	11%	5%	4%
Claude	6%	7%	6%	12%	5%	12%	4%	4%
DeepSeek	5%	7%	2%	10%	3%	7%	5%	3%

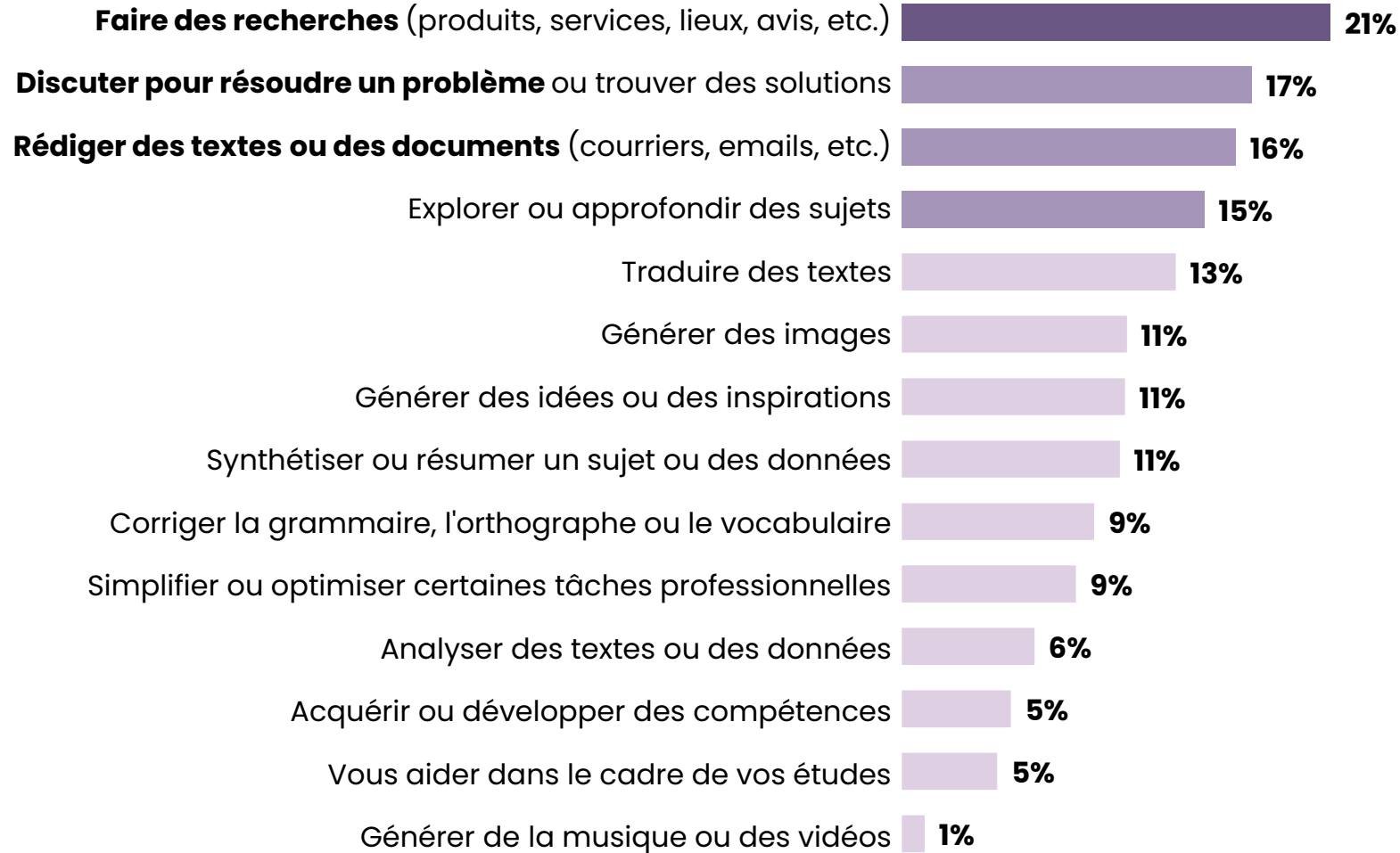
X% X% *Différence significative par rapport au total*



Les principaux usages des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Quels sont vos principaux usages des outils d'Intelligence Artificielle ?

Trois réponses possibles



Un autre usage : 1%
NSP : 2%

63%

Au moins un usage

36%

N'utilisent pas ou très peu les outils d'IA



Les principaux usages des outils d'Intelligence Artificielle

Q. Quels sont vos principaux usages des outils d'Intelligence Artificielle ?

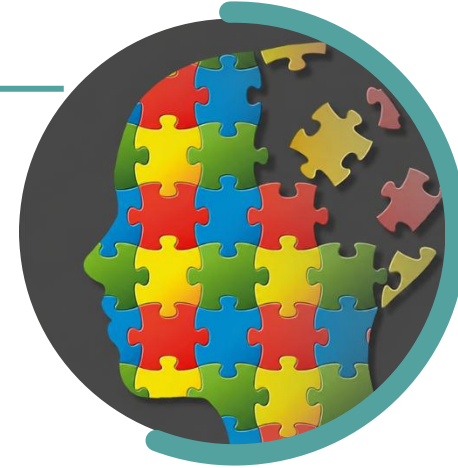
Trois réponses possibles

	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-Total « Au moins un usage »	63%	63%	63%	83%	56%	77%	63%	52%
Faire des recherches	21%	20%	22%	26%	19%	27%	22%	16%
Discuter pour résoudre un problème ou trouver des solutions	17%	17%	17%	24%	15%	22%	14%	16%
Rédiger des textes ou des documents	16%	15%	17%	19%	15%	21%	15%	13%
Explorer ou approfondir des sujets	15%	15%	15%	13%	15%	16%	17%	12%
Traduire des textes	13%	17%	10%	15%	13%	14%	20%	9%
Générer des images	11%	12%	10%	18%	9%	14%	13%	8%
Générer des idées ou des inspirations	11%	9%	12%	17%	9%	16%	14%	5%
Synthétiser ou résumer un sujet ou des données	11%	11%	10%	15%	9%	15%	9%	9%
Corriger la grammaire, l'orthographe ou le vocabulaire	9%	9%	10%	16%	7%	11%	10%	8%
Simplifier ou optimiser certaines tâches professionnelles	9%	7%	10%	13%	7%	15%	6%	5%
Analyser des textes ou des données	6%	6%	7%	7%	6%	11%	4%	6%
Acquérir ou développer des compétences	5%	5%	5%	9%	4%	7%	3%	6%
Vous aider dans le cadre de vos études	5%	5%	4%	15%	1%	2%	2%	8%
Générer de la musique ou des vidéos	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%
<i>Un autre usage</i>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
<i>Je ne sais pas</i>	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%
Je n'utilise pas ou très peu les outils d'Intelligence Artificielle	36%	35%	36%	17%	42%	21%	35%	46%

” L’opinion sur l’utilisation des outils d’Intelligence Artificielle lors des recherches sur Internet

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant vos recherches sur Internet ?

55%



des Français estiment que les outils d’IA sont **plus performants** que les moteurs de recherche classiques



47%

des Français jugent les outils d’IA **plus confortables** que les moteurs de recherche classiques

” L’opinion sur l’utilisation des outils d’Intelligence Artificielle lors des recherches sur Internet

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant vos recherches sur Internet ?

35%



déclarent que les résultats d’une recherche effectuée via un outil d’IA **sont plus fiables que ceux obtenus via un moteur de recherche classique**



30%

déclarent faire **davantage confiance aux recommandations** de produits ou services personnalisées par les outils d’IA qu’aux publicités traditionnelles

“ L’opinion sur l’utilisation des outils d’Intelligence Artificielle lors des recherches sur Internet

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant vos recherches sur Internet ?



76%

des Français estiment que les outils d'IA **ne sont pas transparents sur la manière dont ils sélectionnent les informations qu'ils présentent**

” L’opinion sur l’utilisation des outils d’Intelligence Artificielle lors des recherches internet

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant vos recherches sur Internet ?

	Total	SEXE		AGE					STATUT		
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs
Les outils d'Intelligence Artificielle ne sont pas transparents sur la manière dont ils sélectionnent les informations qu'ils présentent	76%	75%	78%	78%	67%	73%	78%	82%	76%	71%	80%
Les outils d'Intelligence Artificielle sont plus performants que les moteurs de recherche classiques pour trouver des informations précises	55%	54%	55%	67%	63%	54%	47%	51%	62%	52%	50%
Les outils d'Intelligence Artificielle sont plus confortables à utiliser que les moteurs de recherche classiques	47%	47%	47%	74%	61%	50%	37%	36%	55%	47%	41%
Les résultats d'une recherche effectuée via un outil d'Intelligence Artificielle sont plus fiables que ceux obtenus via un moteur de recherche classique	35%	39%	31%	45%	53%	31%	29%	29%	37%	39%	30%
Je fais davantage confiance aux recommandations de produits ou services personnalisés par les outils d'Intelligence Artificielle qu'aux publicités traditionnelles	30%	32%	29%	36%	44%	33%	25%	22%	35%	31%	24%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

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, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons connectés !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

esomar

Corporate 2026

