

Enquête sur le traitement des données et la transformation vers l'IA en France en 2025

Table des matières



-
- 05 Traitement des données
 - 08 Se préparer à l'IA : apports et stratégies
 - 10 Comparatif France vs EMEA
 - 13 Recommandations pour les entreprises françaises
-

Traitement des données

Types de données, niveau de qualité, alignement et fragmentation



Traitement des données

52,5%

Des répondants déclarent que

Leur entreprise n'a pas accès à certains types de données non structurées dans leur CRM (retours clients, commentaires sur les réseaux, formulaires).

61,7%

Des répondants déclarent

Être satisfaits de la précision et de la véracité des données collectées par leur entreprise.

52,8%

Des répondants déclarent

Douter occasionnellement de l'exactitude et de l'exhaustivité des données clients lors des prises de décision commerciale.

→ En majorité 2 heures de vérification et de relecture.

58,6%

Des répondants déclarent

Qu'un mélange de bonne intuition et de données influence le plus les prises de décision et le leadership.

CRM et données fragmentées

1. Au départ d'un salarié

En France, **37,7%** des organisations perdent des données au départ d'un salarié à cause des interactions ou notes non consignées dans le CRM.

2. Opportunités manquées

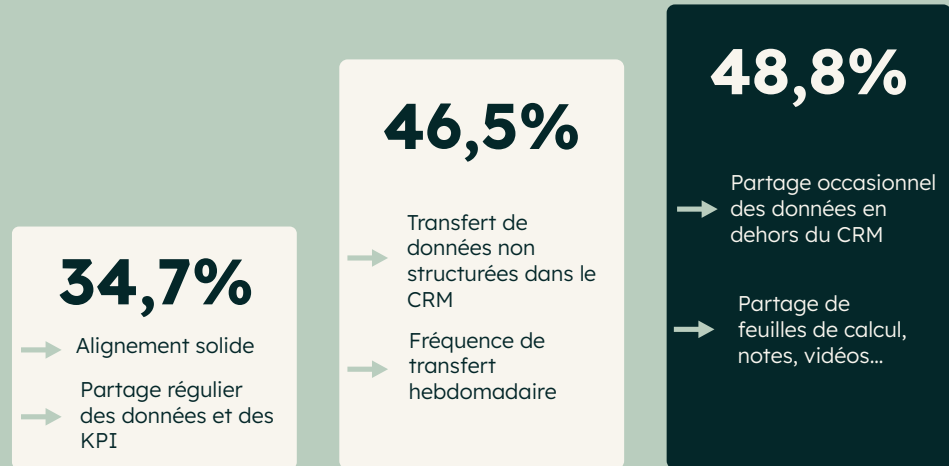
48,8% des entreprises françaises constatent des opportunités commerciales manquées en raison de la fragmentation des données ou d'une visibilité limitée dans le CRM.

3. Impacts commerciaux

En France, **37,7%** des entreprises ont perdu des revenus à cause de données clients incomplètes ou fragmentées, et **36,5%** ont vu la productivité des équipes baisser à force de rapprocher ces données manuellement.

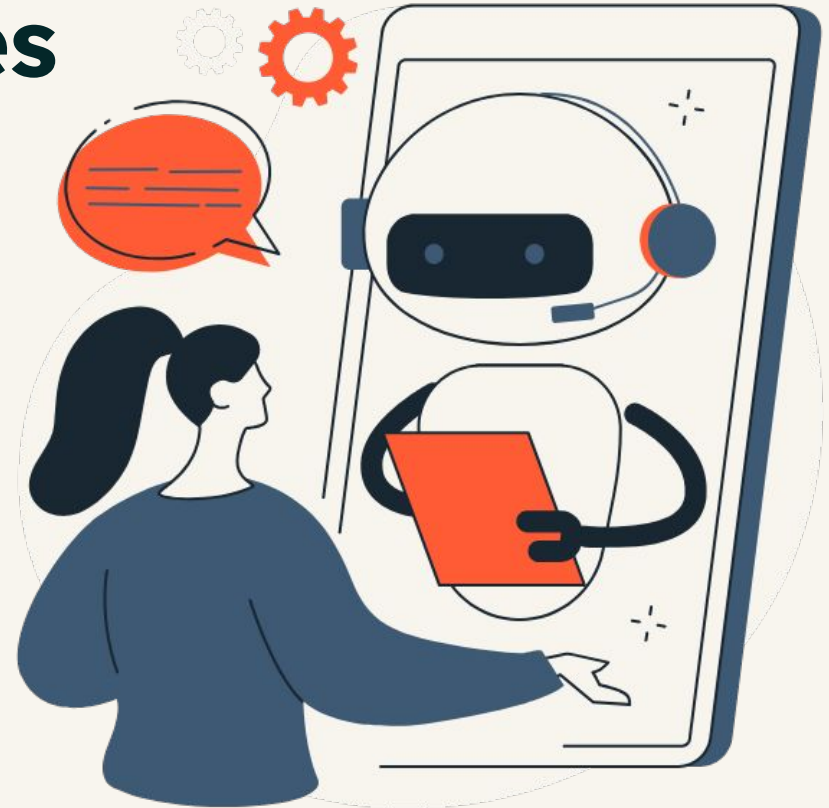
Alignement des données

En 2025, l'alignement des données progresse, mais les silos persistent. Un frein à la bonne gouvernance des données clients. Le manque d'alignement nuit à la fiabilité des analyses et augmente le risque de perte d'information.



Se préparer à l'IA : apports et stratégies

Infrastructure, stratégie globale et enjeux de l'IA



Se préparer à l'IA : apports et stratégies

46,6%

Des répondants estiment

Avoir une infrastructure de données suffisamment solide et préparée pour supporter la transformation vers l'IA.

48,5%

Des répondants estiment que

La stratégie globale de vente et de marketing de leur entreprise est suffisamment préparée pour la transformation vers l'IA.

42,9%

Des répondants déclarent que

Leur entreprise développe du contenu qui répond aux questions posées par les internautes pour apparaître dans les résultats de recherches IA.

43,6%

Des répondants déclarent que

Leur entreprise utilise des données structurées pour aider l'IA à comprendre le contenu.

Enjeux de l'IA en entreprise

01 RGPD, CRM et Acte sur l'IA

50,6%

Des répondants déclarent

Réaliser des ajustements et subir des retards mineurs, en lien avec le RGPD ou l'Acte IA, au moment de l'intégration de l'IA au CRM.

02 Freins à la valorisation de l'IA en entreprise

41,4%

Des répondants estiment que

Le manque d'expertise interne est le principal frein pour valoriser l'IA en entreprise.

28,8%

Des répondants déclarent que

L'IA n'a pas accès aux données du CRM pour générer des résultats ou des recommandations.

03 Accessibilité

55,5%

Des répondants déclarent

Que près de la moitié, et parfois plus, des données clients est actuellement accessible par les outils IA.

Comparatif France vs EMEA

Les différences significatives entre les entreprises en France et en EMEA

HubSpot



Comparatif des différences significatives France vs EMEA

France

- Infrastructure préparée pour l'IA - **46,6%** des entreprises
- Alignement solide des données - **34,7%** des entreprises
- Accessibilité des données par l'IA - **55,5%** des entreprises
- Manque d'expertise interne - **41,4%** des entreprises

EMEA

- Infrastructure préparée pour l'IA - **43,4%** des entreprises
- Alignement solide des données - **39,3%** des entreprises
- Accessibilité des données par l'IA - **66,5%** des entreprises
- Manque d'expertise interne - **29%** des entreprises

Recommandations pour les entreprises françaises



1 Structurer et aligner

Objectif : Instaurer un cadre commun pour accélérer l'intégration de l'IA

Potentielles actions : Mise en place d'un data contract, d'un MDM, limitation des exports de données, automatisation des flux.

2 Rendre accessibles les données pour l'IA

Objectif : préparer les données pour les cas d'usage IA.

Potentielles actions : Entraînement de l'IA avec les données de l'entreprise, vérification de la compatibilité.

3 Former les collaborateurs

Objectif : réduire l'écart de compétence et améliorer la productivité.

Potentielles actions : Mise en place d'un programme de formation, d'ambassadeurs métiers, d'un plan d'upskilling.

4 Capitaliser sur l'infrastructure

Objectif : renforcer l'infrastructure data pour gagner en performance.

Potentielles actions : Audit de l'architecture, standardisation des données, vérification de la conformité IA.

Annexe

Profil des répondants

Nombre de décideurs français interrogés

326

44,5%

Des décideurs français interrogés font partie des cadres dirigeants de leur entreprise

Le taux de décideurs Français interrogés au poste de directeur est de

50,6%





L'intelligence artificielle en toute simplicité

Découvrez Breeze, une solution IA complète, qui favorise la croissance, la performance et l'unification de votre entreprise.

