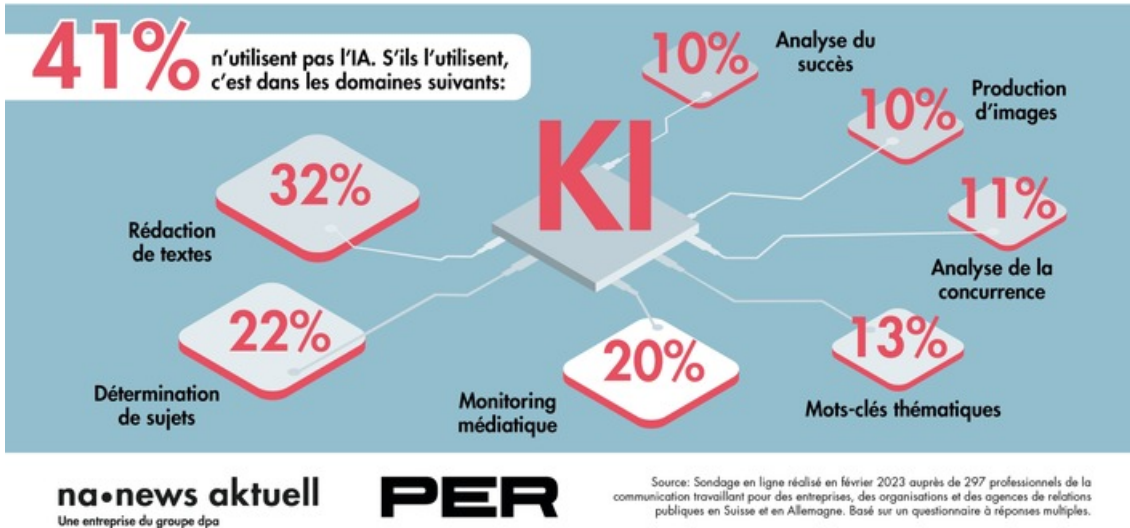


05.04.2023 – 08:00 Uhr

Les professionnels de la communication rechignent encore à recourir à l'intelligence artificielle, même si pour la plupart, elle présente plus d'opportunités que de risques

LA GRANDE HÉSITATION

Comment les professionnels de la communication exploitent l'IA



Zürich (ots) -

L'intelligence artificielle (IA) peine à s'établir dans le secteur de la communication: en Suisse et en Allemagne, 41% des professionnels des RP n'y ont pas encore recours, bien que la plupart la perçoivent comme une opportunité pour leur profession. Les domaines dans lesquels l'IA est la plus utilisée le cas échéant sont la création de textes, la recherche de thèmes et de tendances, ainsi que la veille médiatique. C'est ce que révèle un récent sondage de la filiale news aktuell du Groupe dpa et de PER. 297 professionnels et cadres dirigeants travaillant dans les RP en Suisse et en Allemagne ont participé à cette enquête.

L'intelligence artificielle n'a donc pas encore trouvé toute sa place dans le secteur de la communication: 41% des responsables de communication interrogés ne l'utilisent toujours pas. On distingue néanmoins des différences significatives entre les agences de RP et les services de presse: tandis qu'environ une personne travaillant en entreprise sur deux ne recourt pas à l'IA (47%), c'est le cas d'une personne sur trois dans les agences (33%). Néanmoins, d'après cette enquête, 59% des personnes interrogées utilisent déjà l'IA dans leur communication.

Ces personnes-là s'en servent principalement pour la création de textes: un tiers se fait aider par l'IA pour la rédaction (32%). Par ailleurs, un professionnel des RP sur cinq utilise l'IA pour identifier de nouvelles tendances et rechercher des thèmes pertinents (22%). La fréquence d'utilisation de l'IA est la même dans le domaine de la veille médiatique (20%). Sur ce point, les agences recourent déjà nettement plus souvent à l'IA que les services de presse, notamment pour la création de textes: seulement 25% des services de presse confient la rédaction à l'IA, contre 42% pour les agences (avec ChatGPT ou d'autres outils).

L'IA est assez rarement utilisée pour vérifier des informations ou reconnaître des images: seulement 7% des personnes interrogées vérifient l'exactitude des contenus à l'aide de l'IA. De même, elles recourent rarement à l'IA pour identifier et catégoriser les contenus d'images. L'intelligence artificielle n'est quasiment jamais utilisée dans les secteurs suivants: gestion de la réputation (3%), marketing d'influence (3%), ainsi que prévention et gestion des crises (2%).

L'IA ne fait pas peur: pour les professionnels des RP, elle présente plus d'opportunités que de risques

Même si 41% des personnes interrogées n'utilisent pas encore l'intelligence artificielle, la plupart la jugent bénéfique pour la communication professionnelle. 66% pensent qu'elle est plutôt voire largement positive sur ce point. Seuls 13% la perçoivent comme un risque. Enfin, 17% n'ont pas d'avis tranché sur la question. Le scepticisme vis-à-vis de l'IA augmente avec l'âge: alors que les avantages de l'IA l'emportent pour 87% des moins de 35 ans, seuls 57% des plus de 55 ans la voient d'un œil positif.

Ni tout noir, ni tout blanc: avantages et inconvénients de l'IA dans les RP

D'après les personnes interrogées, le principal bénéfice de l'IA réside dans le temps qu'elle permet de gagner pour des activités plus complexes telles que la stratégie, la conception et la création (63%). De plus, une grande majorité des personnes comptent

sur l'IA pour accélérer les processus et économiser ainsi des ressources (60%). Près de la moitié pensent que l'IA offre des analyses médiatiques de meilleure qualité (48%) et selon un tiers, elle permet d'aborder plus efficacement les groupes cibles (33%). De même, 32% des personnes interrogées apprécient en elle l'accès rapide à des connaissances spécialisées.

D'après les professionnels de la communication, le plus gros danger de l'IA réside dans la "confiance aveugle" que l'on peut avoir en elle: 67% craignent qu'elle n'entrave l'esprit critique. En deuxième position des risques arrivent les problématiques liées aux droits d'auteur: 60% dénoncent l'absence de clarté concernant l'attribution des droits d'auteur pour les textes générés par l'IA. En outre, un peu plus de la moitié des personnes interrogées critiquent la dépendance vis-à-vis de la qualité de l'IA (56%), s'inquiètent des défis d'ordre éthique (56%) et craignent une distorsion des informations par l'IA (55%).

Vue d'ensemble des résultats:

Domaines d'application de l'IA dans les RP

- Nous ne recourons pas encore à l'IA: 41%
- Création de textes: 32%
- Recherche de thèmes et identification de tendances: 22%
- Veille médiatique: 20%
- Classification de contenus: 13%
- Analyse de la concurrence: 11%
- Production d'images (images symboliques): 10%
- Analyse et évaluation du succès: 10%
- Analyse des groupes cibles: 8%
- Vérification d'informations: 7%
- Reconnaissance d'images: 7%
- Production de vidéos: 3%
- Gestion de la réputation: 3%
- Marketing d'influence: 3%
- Prévention et gestion des crises: 2%

Evaluation de l'IA dans son propre travail

- Beaucoup plus d'opportunités que de risques: 23%
- Plus d'opportunités que de risques: 43%
- Autant d'opportunités que de risques: 17%
- Plus de risques que d'opportunités: 10%
- Beaucoup plus de risques que d'opportunités: 3%
- Je ne sais pas: 3%
- Aucune indication: 1%

Avantages du recours à l'IA dans le travail de communication

- Plus de temps pour les activités complexes (p.ex. stratégie, conception, création): 63%
- Economies de ressources: 60%
- Meilleures analyses médiatiques: 48%
- Approche plus efficace des groupes cibles: 33%
- L'IA donne accès à des connaissances spécialisées à une vitesse record: 32%
- Communication plus personnalisée: 29%
- Meilleure gestion des risques et des crises: 23%
- Meilleure compétitivité: 23%
- Meilleure gestion de la réputation: 16%
- Moins de sources d'erreurs: 9%
- Aucun avantage: 2%

Inconvénients du recours à l'IA dans le travail de communication

- Esprit critique entravé par la confiance aveugle dans l'IA: 67%
- Absence de clarté concernant l'attribution des droits d'auteur pour les textes générés par l'IA: 60%
- Dépendance vis-à-vis de la qualité de l'IA: 56%
- Défis d'ordre éthique (transparence, sphère privée, authenticité): 56%
- Distorsion des informations: 55%
- Erreurs d'utilisation de l'IA: 54%
- Violation des obligations de confidentialité: 43%
- Manque de maîtrise des outils IA: 42%
- Sentiment d'insécurité chez les collaborateurs: 38%
- Perte de compétences à cause de l'externalisation vers l'IA: 37%
- Suppression d'emplois: 28%
- Aucun inconvénient: 0%

Source: Trendmonitor sur les RP de news aktuell et PER. Enquête en ligne réalisée en février 2023 auprès de 297 professionnels de la communication travaillant dans des entreprises, organismes et agences de RP en Suisse et en Allemagne.

À propos de news aktuell (Suisse) SA

news aktuell (Suisse) SA a été créée en 2000 par l'agence nationale KEYSTONE-ATS sous forme de joint-venture avec l'agence de presse allemande dpa et fait désormais partie du groupe dpa. news aktuell offre aux entreprises et aux organisations un accès efficace aux médias et au grand public. Via les outils intelligents ots et renteria, les contenus RP sont diffusés dans tous les formats de médias tels que les titres imprimés classiques, les portails en ligne ou les réseaux sociaux. Le réseau de diffusion ots donne une portée et une pertinence pour les contenus RP multimédia. Le logiciel RP renteria propose des contacts de qualité pour joindre personnellement les journalistes. En outre, news aktuell publie tous les contenus RP de sa clientèle sur la plateforme www.presseportal.ch. Un réseau international pour la publication de nouvelles d'entreprises vient compléter l'offre. Cela permet d'atteindre tous les groupes cibles pertinents, allant des rédactions aux blogs spécialisés en passant par les influenceuses et influenceurs numériques.

Contact:

news aktuell GmbH

Beatrix Ta

Responsable de projet Communication du Groupe

Téléphone: +49 89/52394 - 38704

ta@newsaktuell.de

Medieninhalte



En Suisse et en Allemagne, 41% des professionnels des RP n'utilisent pas encore l'intelligence artificielle (IA) dans leur travail. Les domaines dans lesquels l'IA est la plus utilisée le cas échéant sont la création de textes, la recherche de thèmes et de tendances, ainsi que la veille médiatique. C'est ce que révèle une enquête de news aktuell et de PER. 297 professionnels et cadres dirigeants travaillant dans la communication d'entreprise ou des agences de RP ont participé à cette enquête. / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100000003 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003/100905389> abgerufen werden.