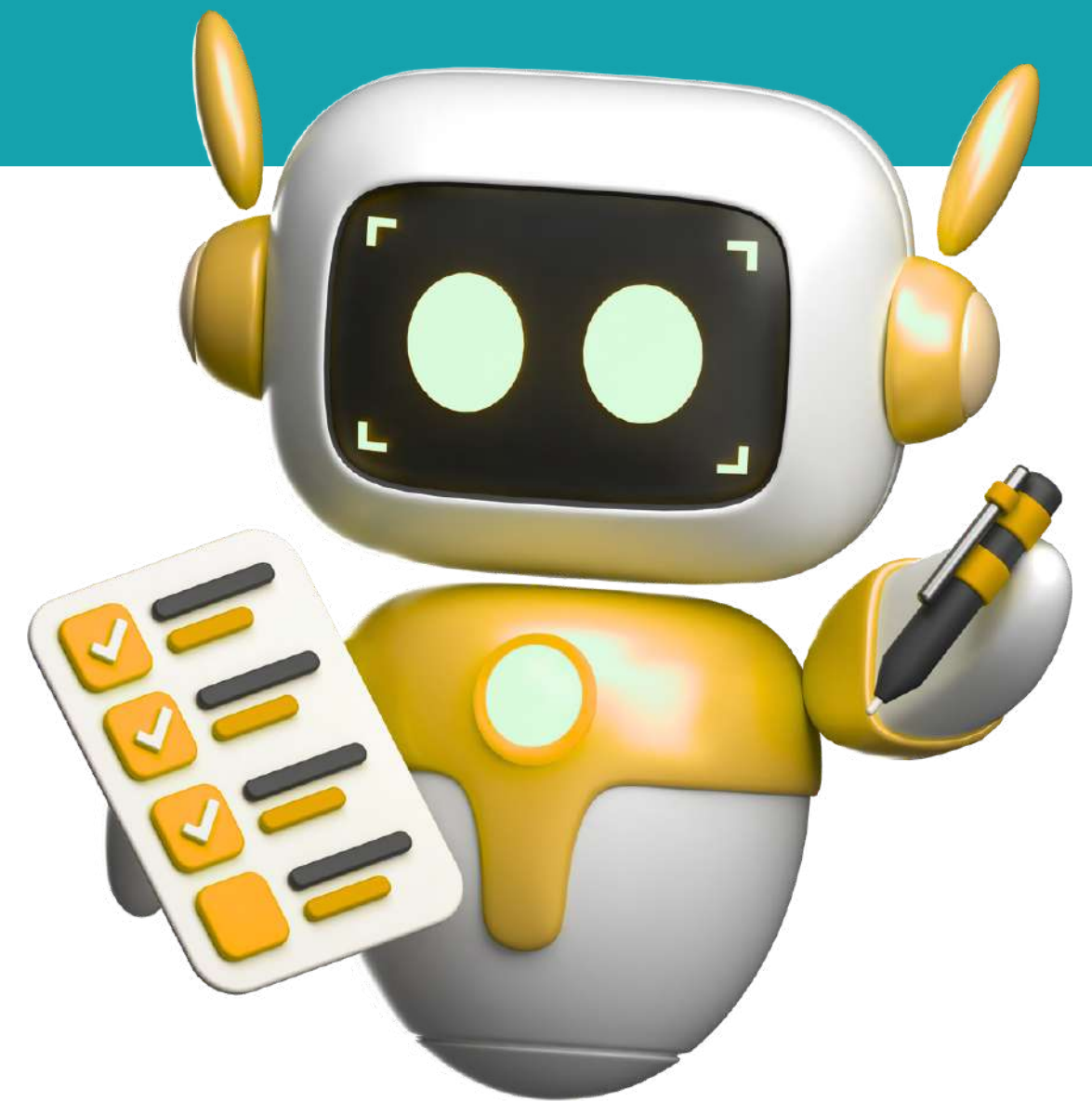


IA ET COMMUNICATION, UNE ASSOCIATION STRATÉGIQUE

ÉTUDE MENÉE SUR LA BASE DE 13 ENTRETIENS QUALITATIFS
RÉALISÉS PENDANT LE MOIS DE JUILLET 2025

Com1PACT

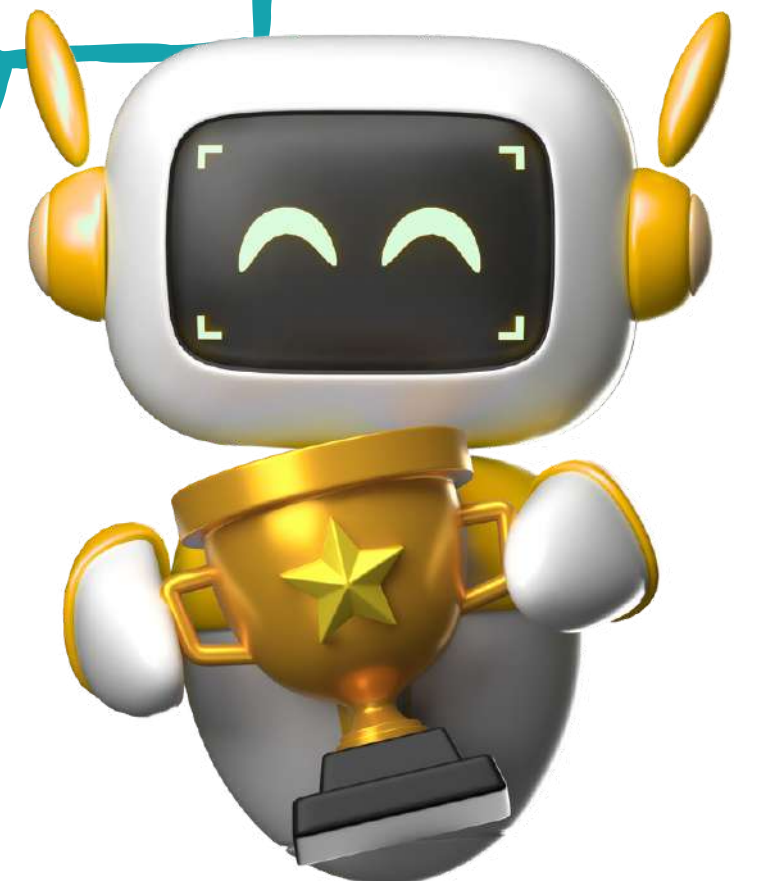


LES ENTREPRISES RÉPONDANTES

PRIVÉES, PUBLIQUES, PETITES ET GRANDES



MERCI
POUR VOTRE PRÉCIEUSE
PARTICIPATION



PARTIE I

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

L'IA REBAT LES CARTES SANS CHANGER LE JEU

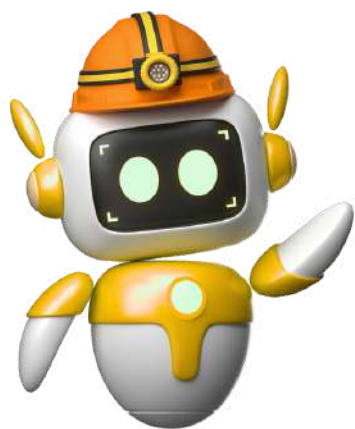
C'est unanime : l'arrivée de l'IA mérite que **tout le monde s'intéresse au sujet**.

Il y a bien quelques freins, mais peu de barrières et pas vraiment de défiance particulière.

“L'IA replace la communication à un carrefour stratégique dans l'entreprise”, comme l'ont fait les précédentes révolutions numériques liées à Internet ou aux réseaux sociaux, notamment.

“Il faut s'en servir comme d'un outil, comme tous les logiciels qu'on a eus il y a plusieurs décennies. Il faut s'en servir à bon escient.”

En somme, **ce n'est pas un remplacement, mais un changement d'habitudes**, un autre modèle de productivité. Vous mettez déjà l'outil à l'épreuve, vous imaginez l'automatisation des tâches sans valeur ajoutée, mais vous considérez que **la vision humaine reste un élément clé pour avancer**.



Attention toutefois pour les métiers d'exécution, qui risquent d'être plus touchés que ceux du conseil, ou des RPs.

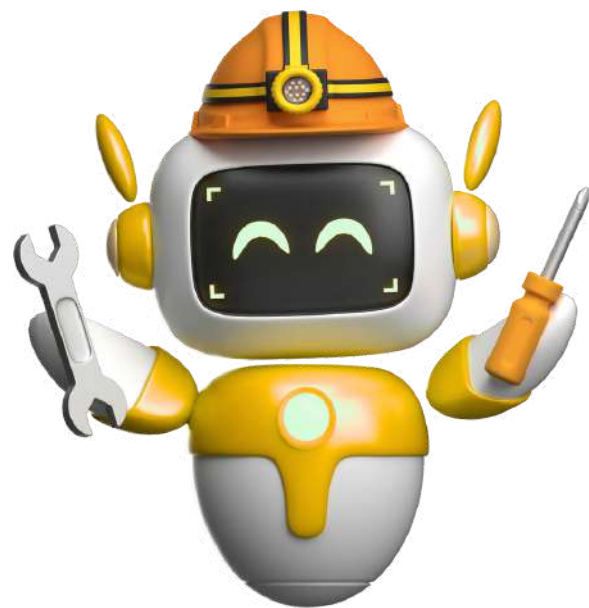
L'IA DANS LES USAGES, MAIS PAS DANS LES PROCESS

Utilisations principales

Génération
de contenus

Enregistrements
Transcriptions

Sparring-Partner

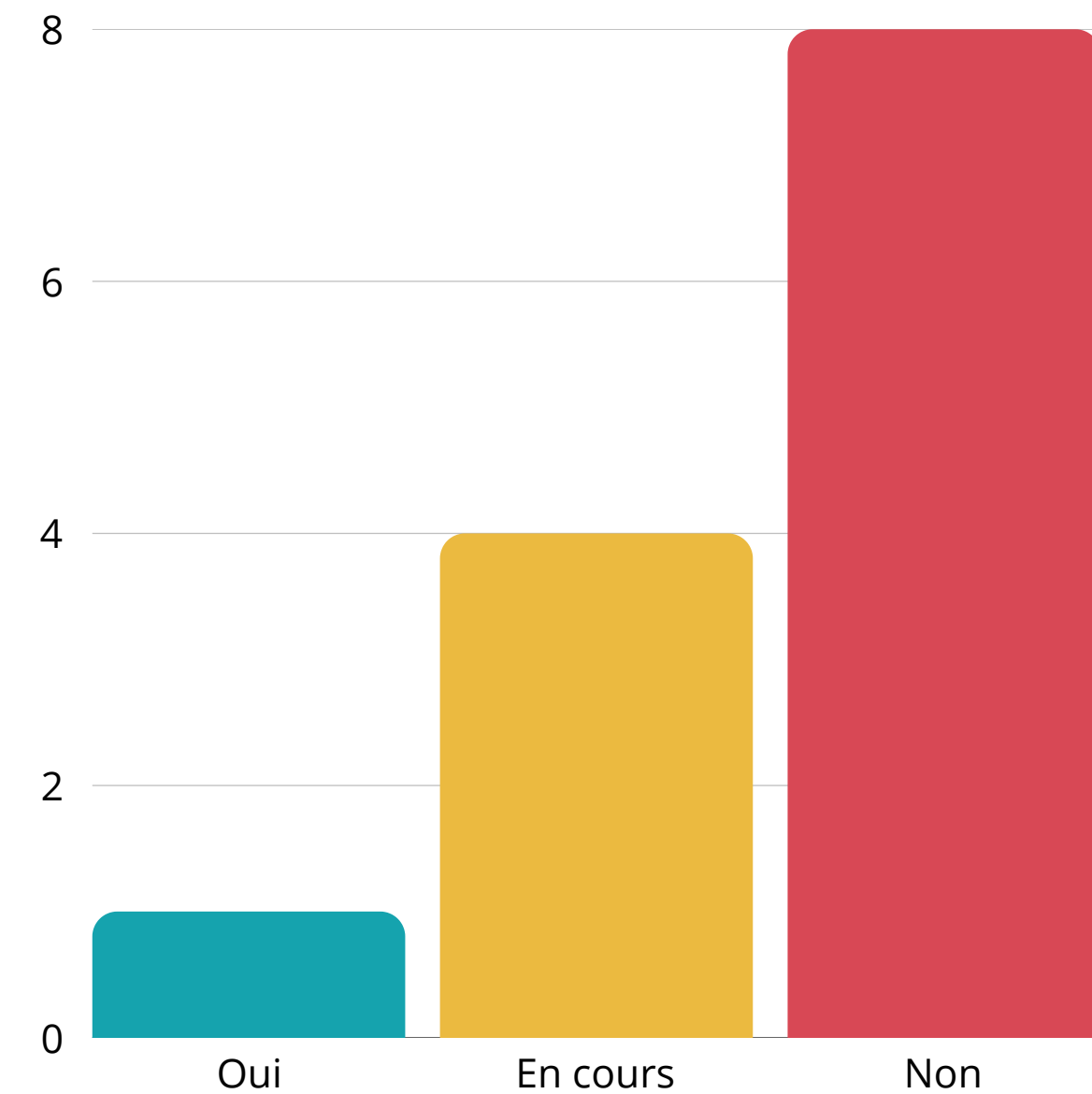


Les objectifs principaux

Gain de temps
(pour la réflexion)

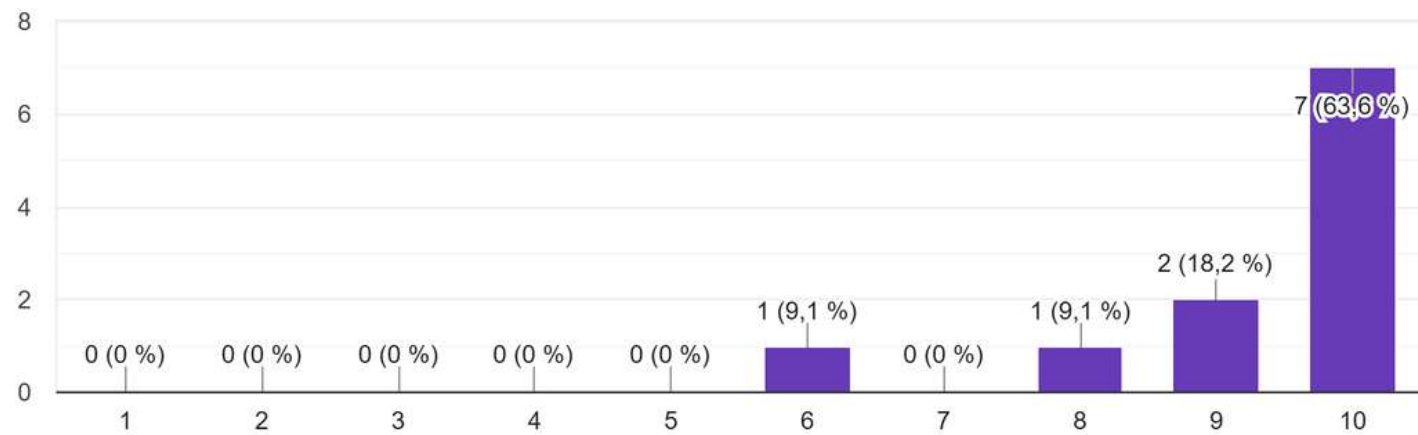
Gain de
productivité

L'IA a-t-elle été intégrée dans les process ?

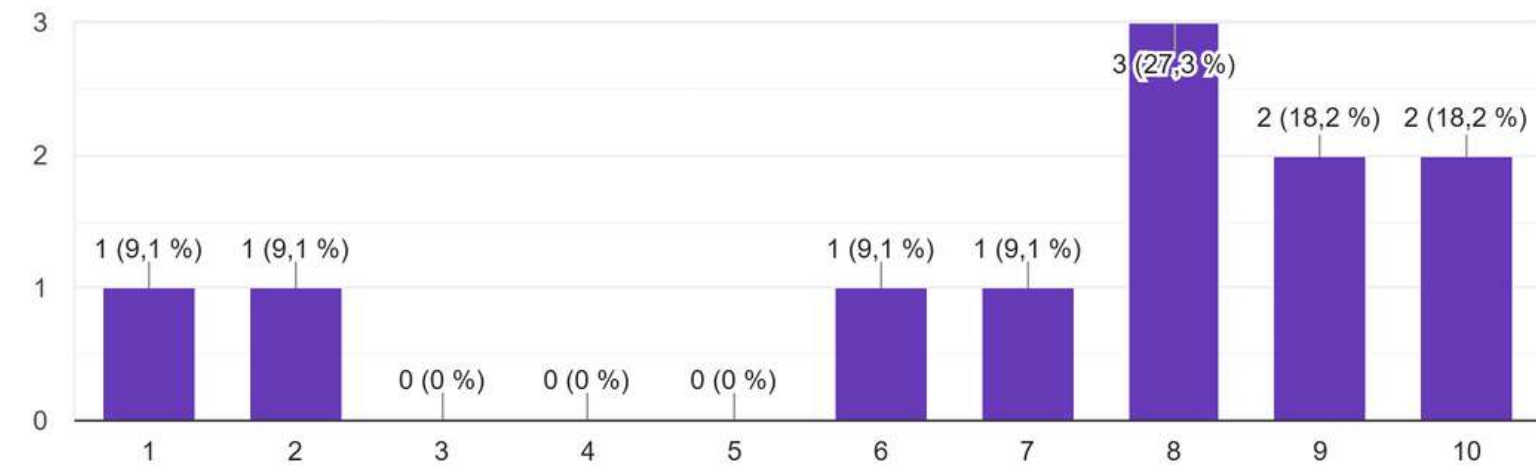


LES CAS D'USAGES JUGÉS LES PLUS INTÉRESSANTS

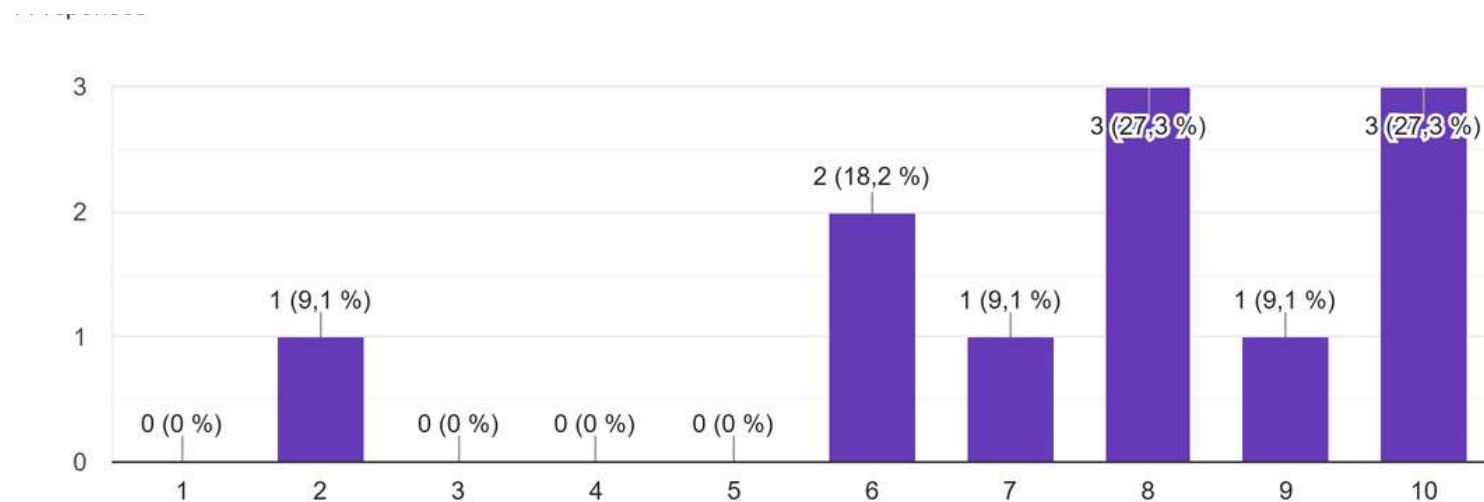
1/ Génération de contenus



3/ Chatbot intelligent pour les clients



2/ Transcriptions et traductions



4/ Assistant personnalisé avec les contenus de l'entreprise (sparring-partner)

5/ Agent de veille créative & sectorielle

Moins intéressés par :

- Planification des contenus éditoriaux
- Plateforme de formation

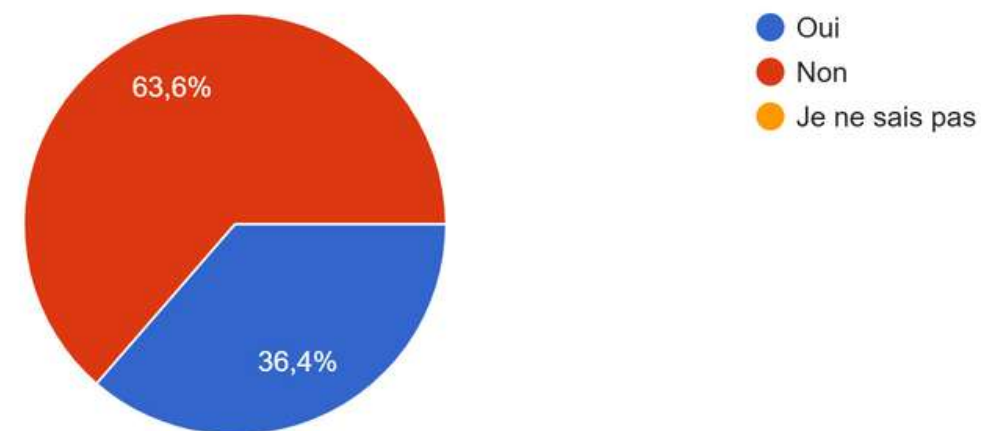
SÉCURITÉ, QUALITÉ, HUMANITÉ

DES PRIORITÉS À GARDER EN TÊTE

Personne n'est dupe : la confidentialité des données partagées, et donc la sécurité, sont primordiales dans la grande majorité des cas.

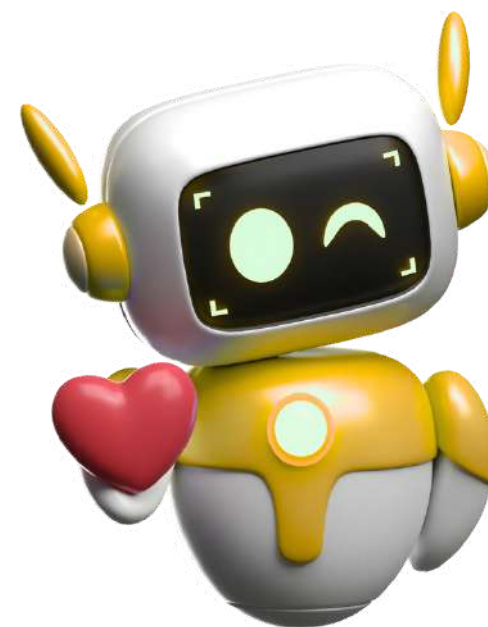
Utilisez-vous une version sécurisée "pro" ou "entreprise" de ces outils, ou un système IA créé spécifiquement pour votre entreprise ?

11 réponses

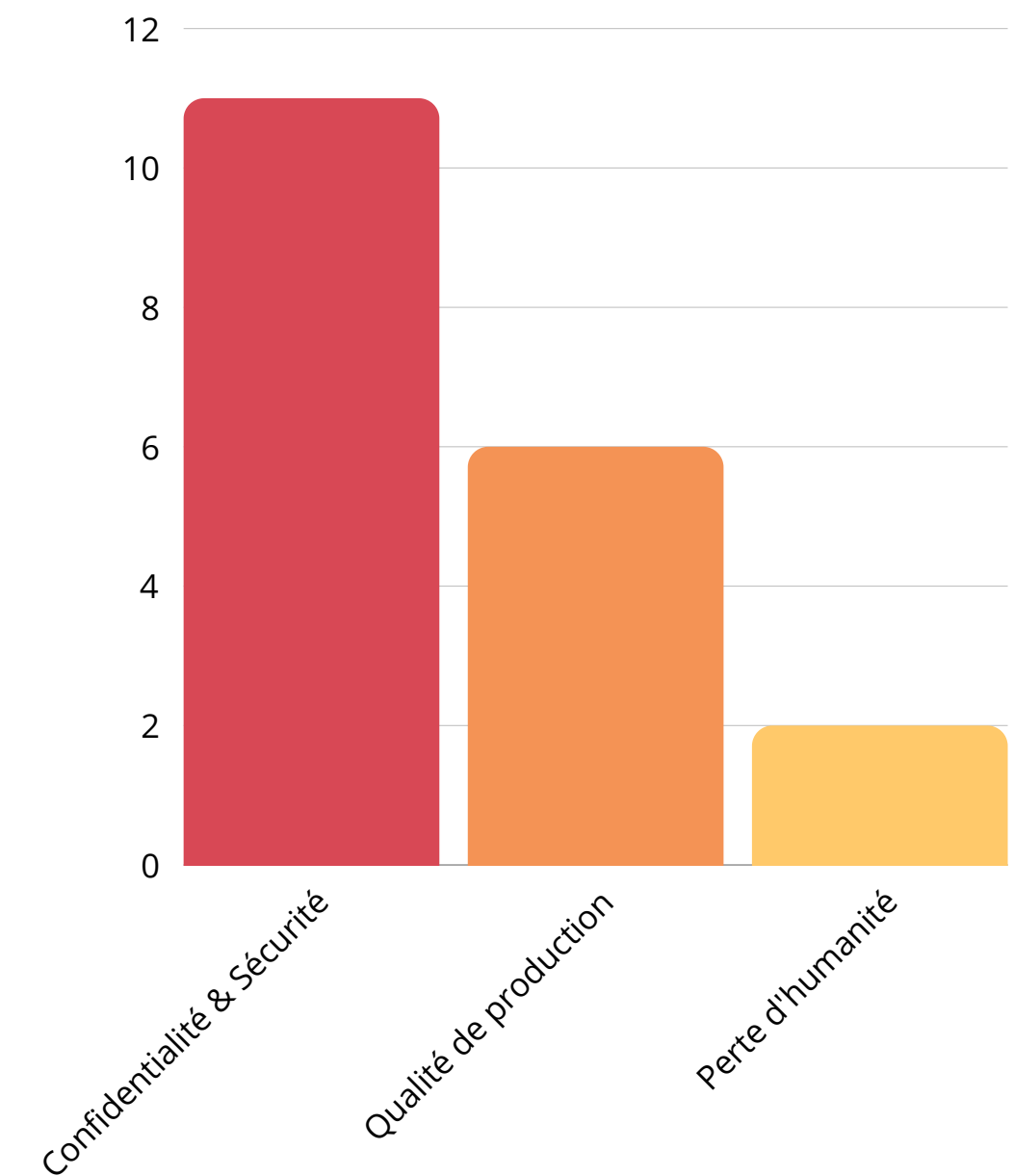


“Ne pas perdre notre identité dans des choses un peu trop automatisées”

“L’humain en face n’est pas prêt”



Les principaux freins



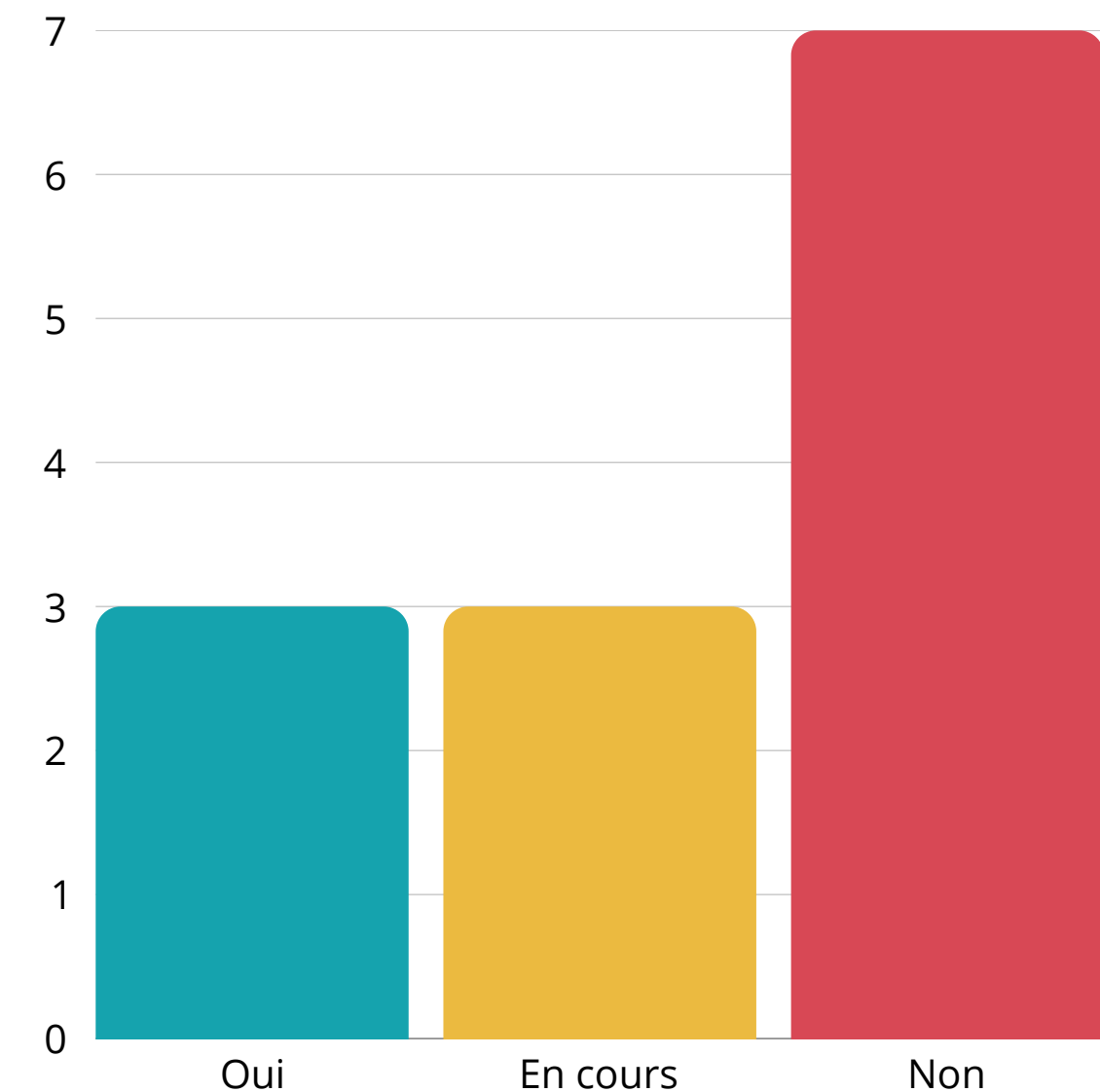
LA TRANSVERSALITÉ POUR CONDUIRE LE CHANGEMENT

Communiquer, c'est comprendre différents métiers et créer du commun. Cette **transversalité intrinsèque est un atout dans le déploiement de l'IA**, qui va elle-même créer de nouvelles opportunités en interconnectant différentes spécialités. **“Il faut installer une culture collective”** en étant conscient des enjeux et en se formant aux nouvelles méthodes de travail.

Entre **tests**, **sensibilisation** et **formation**, qui sont les mots clés les plus présents, **la dircom joue un rôle potentiellement important :**



Une stratégie de conduite du changement a-t-elle été mise en place au sein de l'entreprise ?



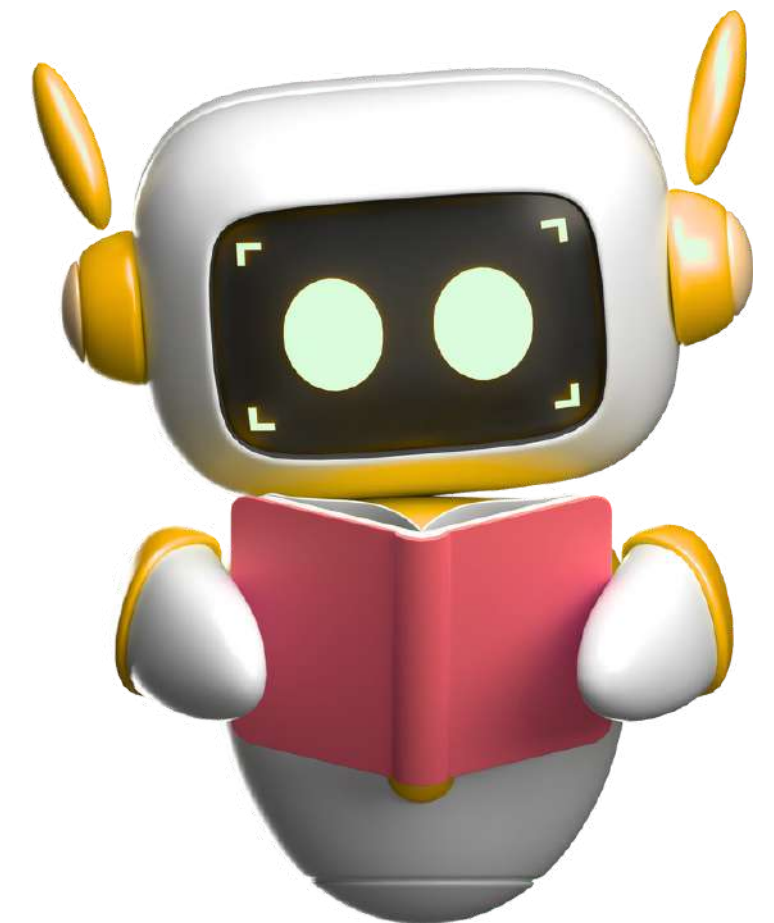
RIEN NE SERT DE COURIR, IL FAUT PARTIR À POINT

“Quelles que soient les révolutions technologiques, elles s'étalent dans le temps parce qu'entre la création technologique et une large adoption, cela prend du temps.”

Un point de vue partagé par les chercheurs Arvind Narayanan et Sayash Kapoor, qui considèrent que l'IA est une “technologie normale” [[source - Dans les algorithmes](#)].

Certes, **l'utilisation de l'IA générative bat son plein**, mais “si les outils sont désormais accessibles immédiatement, leur intégration à des flux de travail ou à des habitudes, elle, prend du temps.” Notamment car “l'écart entre la capacité et la fiabilité” demeure important.

Autrement dit, **le déploiement de l'IA en entreprise sera progressif, et mieux vaut s'y préparer correctement que de se précipiter**. C'est d'ailleurs l'objet d'une des newsletters d'IAgen' “[Gouvernance d'intelligence artificielle : piloter la transformation sans subir la disruption](#)”. Il ne faut pas louper le coche, mais pas non plus se prendre les pieds dans le tapis !



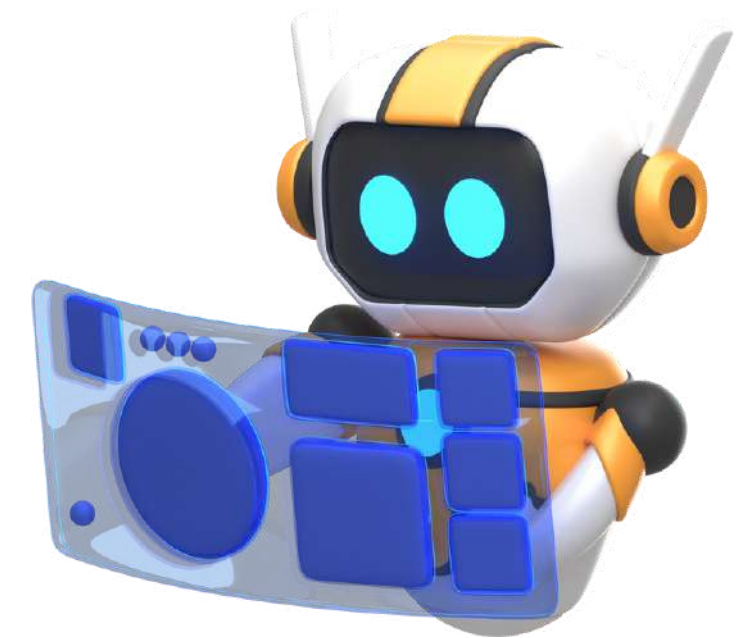
PARTIE II

L'IA DANS LA COMMUNICATION CONCRÈTEMENT, COMMENT FAIT-ON ?

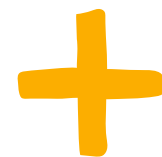
TRANSFORMER L'ESSAI ENTRE PROCESS ET DONNÉES

La communication est **friande de création, de réflexion et de personnalisation**. Elle s'est tournée vers l'IA générative et sa flotte d'agents rodés pour l'entreprise.

Pour générer les meilleurs résultats, il faut **soigner les données**. Pour aller un cran plus loin dans la transformation, il faut **découper ses workflows et mettre en place des processus de travail clairs** afin d'automatiser ce qui peut l'être.



DONNÉES



PROCESS

En communication, nous avons **peu de parcours processés** car le métier est rarement mécanique. L'arrivée de l'IA, pour qu'elle soit véritablement transformante, nécessitera **une évolution structurelle des méthodes de travail**. L'occasion de bien s'organiser !



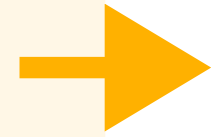
IA POUR TOUS (GÉNÉRATIVE)

- Accessibilité grand public
- Usage simple et immédiat
- Interfaces conviviales

Démocratisation de l'IA Premières expériences sans compétence technique

Cas d'usages généralisés d'IA génératives : création de contenus textes, idéation, optimisation des campagnes...

Pour venir à l'appui des collaborateurs avec des usages génériques.



IA TRANSFORMANTE

- Vision filière métier
- Réinvention des processus
- Transformation de la chaîne de valeur

Transformation organisationnelle et économique majeure

Évolution du modèle économique et organisationnels vers la prestation de services automatisés (ex : chatbot IA ; rapports de veille créative ; alertes signaux faibles...)

Plus gros impact dans les métiers. Nécessite change et gouvernance.



IA EXPERTE

- Usage de technos IA poussées (Machine Learning etc.)

Amélioration ciblée de la performance opérationnelle

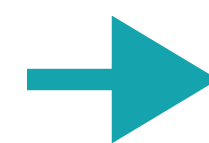
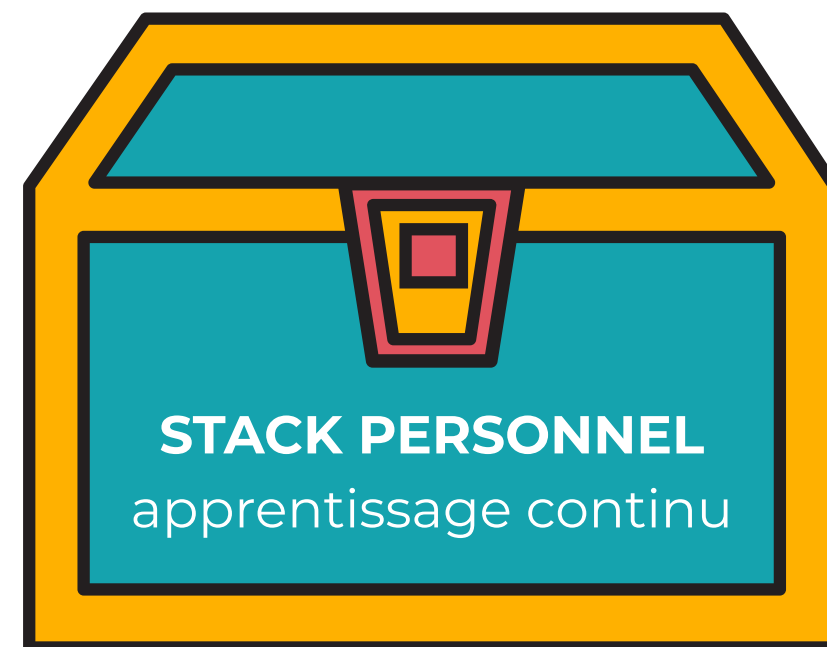
R&D et conception liés aux systèmes experts
Logique industrielle

Existe depuis très longtemps, mais boosté via de nouvelles interfaces.

OPTIMISER LA CRÉATION ET CHANGER L'ORGANISATION

S'appuyer sur l'IA, c'est avant tout **avoir des données de qualité**, triées sur le volet.

Pour nourrir son assistant, **le communicant va devoir se constituer un "stack personnel"**, une sélection d'outils et une compilation de données qui vont guider les réponses dans le sens voulu (productions écrites ou visuelles, éléments d'inspiration, chartes, analyses personnalisées, etc.). Puis, c'est en associant ce "stack personnel" avec **des consignes travaillées et méthodiques** que l'on obtiendra de bons résultats. Parallèlement, le métier pourra être découpé en morceaux processés pour automatiser certaines tâches.



IA générative
(contenus, analyses, idées...)



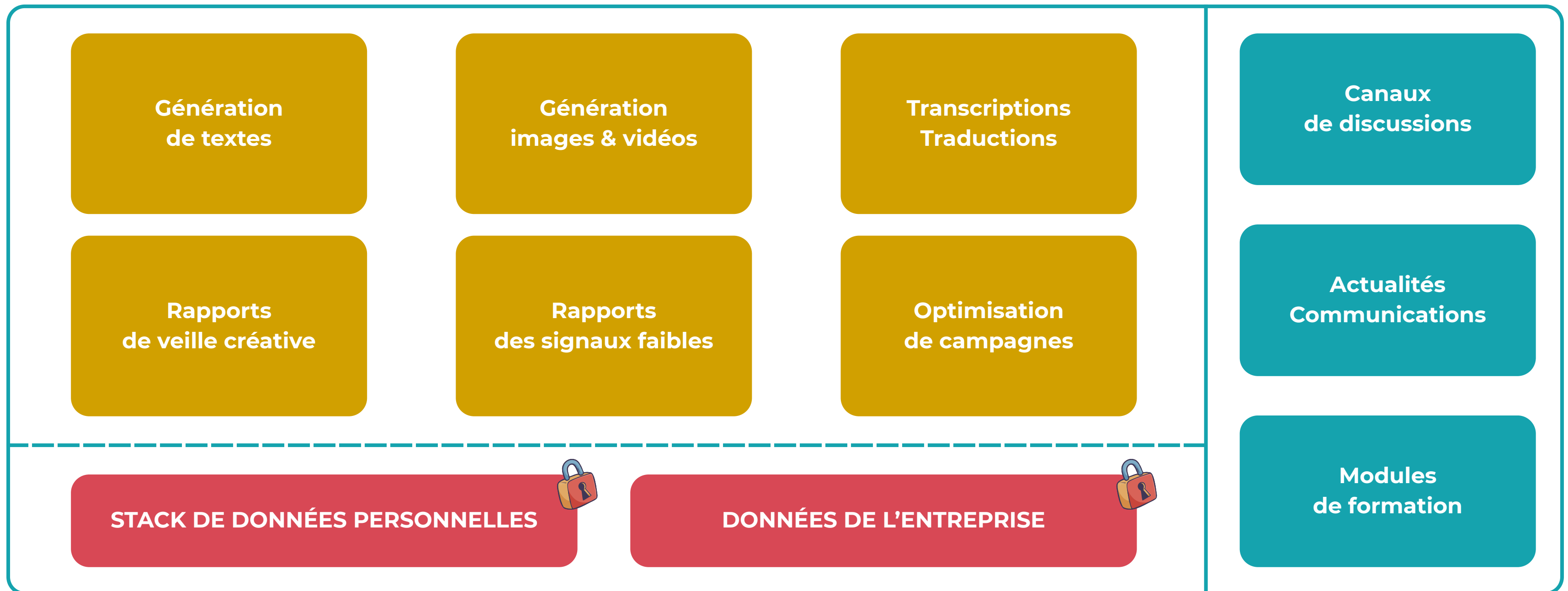
IA transformante
sur certaines tâches



L'expérience des profils senior
se révèle particulièrement utile
pour "driver" l'IA.

UNE “WORKPLACE IA”, POURQUOI PAS ?

Un seul endroit, augmenté à l’IA, sécurisé et personnalisable, pour rassembler vos cas d’usages importants et les principaux outils liés à votre entreprise. Cette workplace permettrait d’associer efficacité et confort en installant **un outil et une vision partagés**.



CE QU'IL FAUT RETENIR

L'IA DANS LA COM EST PLUS GÉNÉRATIVE
QUE TRANSFORMANTE, MAIS IL Y A UN ENJEU
À TRANSFORMER L'ESSAI

GRÂCE À SA TRANSVERSALITÉ, LA DIRCOM
PEUT AVOIR UN RÔLE IMPORTANT À JOUER
DANS LE CHANGEMENT GLOBAL DE L'ENTREPRISE

IL FAUT CONSTITUER SON STACK PERSONNEL
POUR TIRER PARTI DE L'IA ET MORCELER
LES TÂCHES POUR POUVOIR LES PROCESSER

IL Y A DES RISQUES
DE CONFIDENTIALITÉ
ET DE PERTE EN QUALITÉ



PARTIE III

UN TOURNANT STRATÉGIQUE POUR LEQUEL ON PEUT VOUS ACCOMPAGNER

COMMENT Com1PACT PEUT VOUS ACCOMPAGNER ?

DES COMPÉTENCES CLEFS EN ACCOMPAGNEMENT IA

Le sujet de l'IA est foisonnant. Il y a beaucoup d'évolutions, d'opportunités et d'incertitudes. Difficile d'avoir une vision claire du sujet et de la façon dont on peut déployer les outils. La communication doit accompagner ce déploiement en créant un « narratif » qui permettra de faciliter la structuration, la capitalisation et l'appropriation de l'IA au sein de l'entreprise.

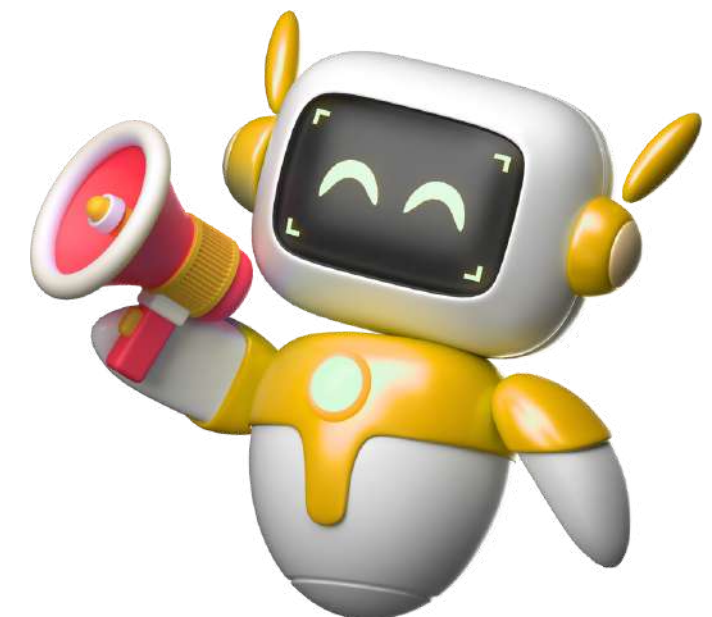
Pour cela, nous avons développé deux offres permettant aux directeurs de la communication d'être pleinement acteurs dans l'installation de l'IA :

IAvenir

Être le partenaire de confiance des dircom en les aidant à comprendre, intégrer et exploiter l'IA pour gagner en pertinence, en efficacité interne et en impact. Elles pourront ainsi jouer un rôle déterminant dans l'adoption et la communication des enjeux de l'IA au sein de leur entreprise.

IAvision

Accompagner les entreprises dans la construction d'un récit stratégique qui donne du sens à l'intégration de l'intelligence artificielle, en valorisant ses impacts humains, organisationnels et culturels.



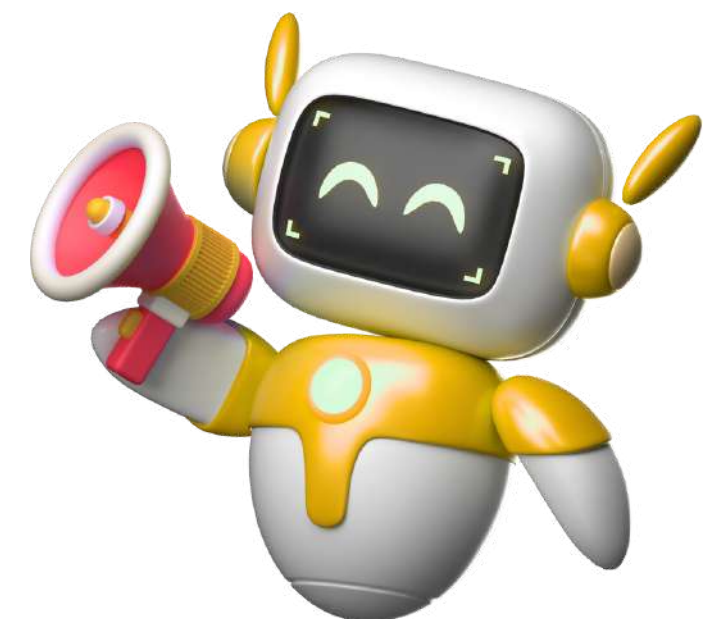
FOCUS SUR L'OFFRE IAVENIR

Notre offre IAvenir permet d'accompagner les directions de la communication dans l'exploitation du potentiel de l'IA, et de renforcer la performance de leur direction :

Répondre à un enjeu stratégique et rester compétitif : l'IA transforme les usages, les attentes des publics et les modes de production de contenus. Les entreprises qui intègrent l'IA dans leur communication prennent une longueur d'avance en matière de réactivité, de personnalisation et d'innovation.

Exploiter le potentiel de l'IA générative : automatiser la production de certains contenus tout en gardant une cohérence éditoriale, générer des idées créatives, des slogans, des scripts, traduire, adapter et localiser les messages à grande échelle.

Améliorer la performance et la mesure : utiliser l'IA pour analyser les retombées, les conversations, les tendances de marché, identifier les signaux faibles, anticiper les crises, ajuster les messages en temps réel, optimiser les campagnes.



MÉTHODOLOGIE DE L'OFFRE IAVENIR

SE POSER LES QUESTIONS CLÉS ET DÉVELOPPER UNE MÉTHODOLOGIE BIEN RODÉE

1

DIAGNOSTIC ET CADRAGE STRATÉGIQUE

- Comprendre les enjeux, les besoins et le niveau de maturité de la direction
- Analyse des pratiques actuelles (outils, process, compétences...)
- Identification des points de friction et opportunités
- Cartographie des cas d'usages
- Définition des objectifs
- Cadrage éthique et réglementaire

2

EXPÉRIMENTATION ET PROTOTYPAGE

- Tester des cas d'usages concrets pour démontrer la valeur ajoutée de l'IA
- Sélection de 2, 3 cas d'usages prioritaires
- Mise en place de POC avec les outils IA adaptés
- Mesure des gains (temps, qualité, engagement, ROI)
- Recueil des retours utilisateurs

3

MONTÉE EN COMPÉTENCES ET ACCULTURATION

- Former les équipes et créer une culture de l'IA responsable et créative
- Ateliers de sensibilisation, formations pratiques (prompting, outils...)
- Création de guides internes et chartes d'usage
- Sessions de co-crédation pour stimuler l'innovation

4

INTÉGRATION DANS LES PROCESSUS ET SUIVI

- Intégrer l'IA dans les « workflows » de communication de manière fluide et pérenne
- Refonte ou adaptation des processus existants
- Choix des outils adaptés
- Définition des rôles (humain vs IA)
- Mise en place d'indicateurs de suivi, veille sur les évolutions et mise à jour

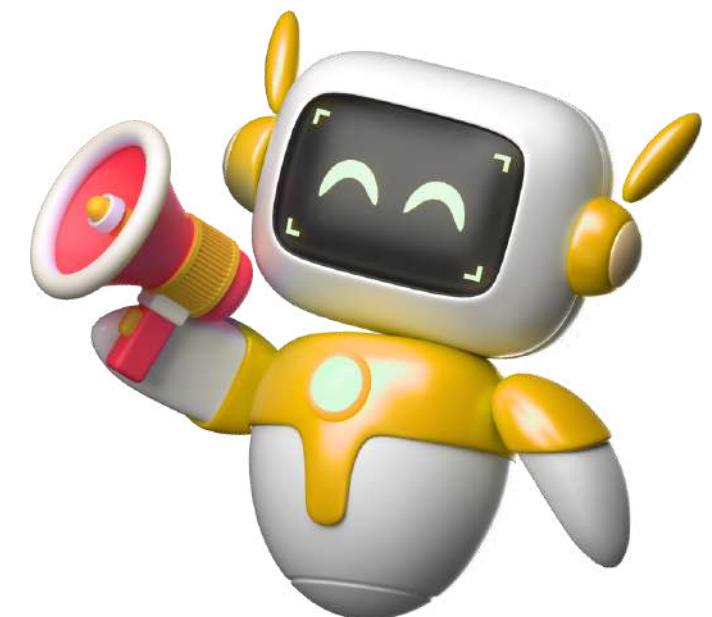
FOCUS SUR L'OFFRE IAVISION

Notre offre IAvision permet, à travers le récit narratif, de :

Créer une vision commune : l'IA transforme les métiers, les processus et les cultures. Un bon narratif permet de fédérer autour d'une vision claire.

Réduire les résistances : le storytelling aide à rendre l'IA accessible, à lever les peurs et à favoriser l'adhésion.

Humaniser la technologie : l'IA ne doit pas être perçue comme une menace, mais comme un levier de progrès. Le récit doit mettre en avant les bénéfices pour les collaborateurs.



MÉTHODOLOGIE DE L'OFFRE IAVISION

SE POSER LES QUESTIONS CLÉS ET DÉVELOPPER UNE MÉTHODOLOGIE BIEN RODÉE

1

DIAGNOSTIC NARRATIF

- Interrogation des dirigeants
- Enquête
- Qu'est ce qui a été fait en accompagnement IA ?
- Cartographie des perceptions internes sur l'IA
- Identification des points de friction et des leviers d'adhésion
- Analyse de perception autour des projets IA en cours

2

ATELIER DE CO-CONSTRUCTION

- Séances collaboratives avec les équipes communication, RH et métiers
- Exploration de scénarios, analogies, cas d'usages

3

CRÉATION DU RÉCIT ET DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Élaboration d'un storytelling structuré : passé, présent, futur
- Mise en récit des cas d'usage IA dans l'entreprise
- Définition des messages clés pour chaque public (interne, externe, partenaires...)
- Elaboration d'une stratégie de communication dédiée

4

DÉPLOIEMENT

- Production des différents formats : vidéos, podcasts, articles, infographies, événements
- Formation des ambassadeurs
- Suivi de l'impact narratif (engagement, compréhension, adhésion)

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

UN PROJET IA POUR LEQUEL VOUS SOUHAITERIEZ ÊTRE ACCOMPAGNÉ.E ?



STEPHANIE.PRIEUR@OBEA.FR

