

Seul 1 salarié français sur 10 craint d'être remplacé par l'IA

- 30 % des collaborateurs dans le monde utilisent l'IA plusieurs fois par semaine et 20 % presque chaque jour.
- En France, près de 3 salariés sur 10 (29 %) n'utilisent jamais l'IA, 24 % y ont recours plusieurs fois par semaine et 11 % presque quotidiennement.
- Seul 1 travailleur français sur 10 (11 %) se dit tout à fait d'accord avec l'idée que l'IA aura un impact positif sur son emploi, tandis qu'également 1 sur 10 (10 %) craint d'être remplacé par cette technologie.

Nanterre, 12 juin 2026 – L'intelligence artificielle (IA) se démocratise et s'impose progressivement dans les outils utilisés au travail : selon le rapport *People at Work 2026* d'[ADP Research](#), un collaborateur sur 5 dans le monde (20 %) a recours à l'IA presque tous les jours. Cette étude, qui dresse un état des lieux des usages et des perceptions de l'IA dans le monde professionnel, s'appuie sur une enquête menée auprès de plus de 39 000 collaborateurs dans 36 pays, dont 1 051 en France.

En France, une adoption de l'IA à deux vitesses

Si l'IA s'intègre de plus en plus dans le quotidien professionnel, certains pays semblent y résister davantage que d'autres. C'est notamment le cas de la France, où seuls 11 % des collaborateurs déclarent utiliser l'IA presque quotidiennement, contre 20 % à l'échelle mondiale. Ils sont 29 % à n'avoir jamais recours à cette technologie (contre 15 % au niveau mondial) et 24 % l'utilisent plusieurs fois par semaine (contre 30 %). À première vue, l'Hexagone semble donc accuser un retard dans l'adoption de l'IA, se classant au deuxième rang des pays où les salariés ne l'utilisent jamais, derrière le Japon (43 %) et devant la Suède (28 %). A contrario, l'Inde (41 %), le Nigeria (39 %) et le Viêt-Nam (36 %) sont les pays où l'utilisation quotidienne de l'IA est la plus répandue.

L'adoption de l'IA en France n'est toutefois pas homogène, et recouvre des usages différents selon le genre, l'âge et la taille de l'entreprise.

Au niveau du genre, la tendance observée en France s'inscrit dans une dynamique mondiale : les hommes sont plus nombreux que les femmes à adopter l'IA. **En France, 28 % des hommes** (contre 31 % à l'échelle mondiale) **déclarent utiliser l'IA plusieurs fois par semaine, contre 20 % des femmes** (29 % à l'échelle mondiale). A l'inverse, 35 % des femmes en France (17 % dans le monde) et 22 % des hommes (13 % dans le monde) affirment ne jamais y recourir.

Ces inégalités d'adoption se creusent encore davantage à l'intersection du genre et de l'âge :

- 45 % des femmes françaises de plus de 40 ans n'ont jamais utilisé l'IA, illustrant une double fracture générationnelle et de genre.
- À l'opposé, seulement 13 % des hommes de moins de 40 ans n'y ont jamais eu recours.

- Les hommes de plus de 40 ans occupent une position intermédiaire : 29 % n'ont jamais utilisé l'IA.

En outre, l'étude montre que l'usage quotidien de l'IA reste marginal dans les grandes entreprises françaises : seuls 8 % des collaborateurs y ont recours quotidiennement (contre 12 % dans les entreprises de moins de 1 000 salariés) et 31 % ne l'utilisent jamais (contre 27 %).

« Si le taux d'adoption de l'IA est très variable selon l'âge, le genre ou la taille de l'entreprise, la France n'est pas forcément en retard, étant donné que les chiffres à l'échelle internationale sont largement tirés vers le haut par les pays en développement. En tant qu'observateurs stratégiques du marché, nous constatons des signes d'une maturité croissante, avec une évolution vers davantage d'intégration et davantage d'attention portée à la manière dont l'IA peut accompagner la performance de l'entreprise. Le rôle des employeurs sera d'autant plus important pour répondre aux interrogations et aux incertitudes suscitées par l'IA, pour expliquer les enjeux et accompagner la formation à ces outils. Cela permettra de renforcer à la fois la performance et la confiance des salariés », indique **Carlos Fontelas de Carvalho, Président d'ADP en France et Europe Centrale.**

Des utilisateurs réguliers de l'IA davantage engagés et moins stressés...

L'utilisation de l'IA semble contribuer à améliorer l'expérience professionnelle. Ainsi, 30 % des travailleurs dans le monde ayant recours quotidiennement à l'IA dans le cadre de leur travail se déclarent pleinement engagés, tandis que seulement 11 % disent ressentir un stress négatif, soit deux fois moins que les non-utilisateurs (23 %).

Par ailleurs, les utilisateurs quotidiens de l'IA font état d'une meilleure dynamique d'équipe et sont plus nombreux à affirmer faire partie d'une équipe performante. Ils sont également plus susceptibles que les usagers occasionnels à considérer que leur emploi est à l'abri de toute suppression, ce qui souligne le lien étroit entre l'utilisation régulière de l'IA et le sentiment de sécurité professionnelle.

Mais aussi se disant moins productifs...

Cependant, **les utilisateurs quotidiens de l'IA sont quatre fois plus susceptibles de se sentir moins productifs que ceux qui n'y ont pas recours.** Cela suggère qu'à mesure que cette technologie s'intègre davantage aux activités quotidiennes, certains salariés peuvent avoir le sentiment de produire moins de résultats concrets par eux-mêmes. Alors que davantage de tâches routinières sont déléguées à l'IA et que les salariés se concentrent sur des projets plus stratégiques et à plus long terme, les organisations doivent repenser leur manière d'évaluer la productivité au travail et accompagner les managers de proximité à valoriser non seulement le volume mais aussi la qualité du travail accompli.

« L'IA ne transforme pas seulement notre façon de travailler, elle influence également le ressenti des collaborateurs au travail. Nos données montrent que les utilisateurs fréquents de l'IA font état d'un engagement plus élevé et d'un niveau de stress plus faible. Cependant, ils se sentent aussi moins productifs. Les employeurs qui aident leurs salariés à s'adapter à de nouvelles façons de travailler avec l'IA sont mieux à même de favoriser un environnement de travail où cette technologie est perçue moins comme une perturbation et davantage comme un véritable coéquipier », ajoute **Nela Richardson, Cheffe économiste d'ADP**.

Des salariés français qui se sentent toujours peu concernés par les impacts de l'IA

À l'échelle mondiale, **52 % des collaborateurs estiment que l'IA aura un impact positif sur leur emploi au cours des 12 prochains mois. A l'inverse, 28 % redoutent d'être remplacés par ces technologies**, un chiffre en baisse de 3 points par rapport à la dernière édition. Par ailleurs, 42 % des répondants (-2 points) déclarent ne pas savoir comment l'IA va transformer leur emploi.

En France, seuls 11 % des travailleurs (un chiffre identique à l'année précédente) **se disent tout à fait d'accord avec l'idée que l'IA aura un impact positif sur leur emploi**. Ce chiffre est aligné sur la moyenne européenne (10 %), région où les salariés sont les plus pessimistes vis-à-vis de l'IA, derrière le Moyen-Orient et l'Afrique (26 %), l'Amérique latine (19 %), l'Asie-Pacifique (18 %) et l'Amérique du Nord (14 %).

Cependant, **les salariés français ne sont que 10 % à craindre fortement d'être remplacés par l'IA, un chiffre en hausse de 2 points sur un an (8 %)**, dans la lignée des Européens (8 %). De même, 11 % en France et 10 % en Europe sont tout à fait d'accord avec l'affirmation qu'ils ne savent pas comment l'IA va changer leur emploi.

Les jeunes salariés se montrent particulièrement enthousiastes et préoccupés par l'IA, en raison de son impact potentiel à long terme sur leur carrière. **En France, 16 % des 18-26 ans** (+4 points sur un an) **et 14 % des 27-39 ans anticipent des effets positifs sur leur travail, tandis que respectivement 12 % et 18 %** (+7 points) **redoutent d'être remplacés par la technologie**. À l'inverse, les plus de 55 ans apparaissent plus détachés, estimant que l'impact de l'IA sur leurs dernières années d'activité sera limité : seuls 3 % d'entre eux craignent d'être remplacés.

Une perception inégale selon les métiers et les secteurs, portée par un sentiment ambivalent

Dans le monde, ce sont **les salariés des services technologiques (30 %), de la finance et de l'assurance (25 %), et du secteur de l'information (20 %) qui se montrent les plus enclins à percevoir positivement l'impact de l'IA**. En Europe, ce sont également les professionnels des services technologiques (22 %), et ceux de la finance et de l'assurance (16 %, ex aequo avec les services publics) qui sont les plus positifs.

Les professions intellectuelles, comme les ingénieurs, chercheurs ou développeurs, sont à la fois les plus optimistes et les plus inquiets : 25 % à l'échelle mondiale et 13 % en France sont

tout à fait d'accord sur le fait que l'IA aura un impact positif sur leur emploi, contre respectivement 8 % et 6 % des salariés effectuant des tâches répétitives. En parallèle, 12 % des travailleurs intellectuels dans le monde et 10 % en France craignent également que l'IA ne finisse par les remplacer.

« Accompagner l'intégration de l'IA dans l'environnement de travail tout en préservant un équilibre entre l'humain et la technologie est primordial. L'IA représente un véritable levier de développement des compétences : gain de temps, simplification du quotidien et prise en charge des tâches les plus chronophages figurent parmi ses principaux atouts. Mais l'intervention humaine reste et restera essentielle pour gérer la diversité des situations, réduire les risques et garantir des résultats pertinents tant pour les personnes que pour les organisations », conclut Carlos Fontelas de Carvalho, Président d'ADP en France et Europe Centrale.

Méthodologie de la série de rapports issus de l'étude "People at Work 2026"

Le rapport "People at Work 2026" vise à mettre en lumière le sentiment général des salariés à travers le monde et la manière dont ils font face aux complexités d'un environnement de travail en mutation. Il présente des données relatives au sentiment des travailleurs, classées par zone géographique, type d'emploi et autres critères, afin d'offrir aux employeurs une vision précise et détaillée des effectifs mondiaux. Ces informations peuvent les aider à mieux comprendre leurs salariés et à prendre des décisions éclairées en matière de gestion des talents afin de soutenir la croissance de leur organisation.

Le rapport s'appuie sur une enquête menée par ADP Research auprès de 39 153 travailleurs dans 36 pays, dont 1 051 en France. L'étude repose sur un échantillon aléatoire stratifié selon l'âge et le sexe, permettant d'établir des comparaisons par pays. Les personnes interrogées proviennent d'une diversité de secteurs d'activité, de niveaux de formation, d'environnements de travail (sur site ou à distance), de types d'emploi et de niveaux de compétences. Elles occupent des fonctions variées, allant de postes de direction à des rôles opérationnels, au sein d'entreprises de toutes tailles.

Pour plus d'informations sur la série "People at Work 2026", [cliquez ici](#).

À propos d'ADP Research

La mission d'ADP Research est de rendre l'avenir du travail plus productif grâce à des découvertes basées sur des données. Entreprises, travailleurs et décideurs politiques s'appuient sur ces données précises et cette perspective unique pour prendre des décisions éclairées qui façonneront les lieux de travail à l'échelle mondiale.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [ADP Research](#)

À propos d'ADP (NASDAQ : ADP)

ADP façonne le monde du travail en associant innovation et expertise depuis plus de 75 ans. Leader mondial des solutions de gestion des Ressources Humaines et de la paie, ADP répond chaque jour aux enjeux de ses clients et de leurs collaborateurs, avec des outils simples pour les TPE-PME jusqu'aux plateformes pleinement intégrées pour les multinationales, ainsi que des solutions qui s'adaptent à toutes les entreprises. Always Designing for People signifie que nous nous concentrons pleinement sur l'humain. Nous utilisons nos analyses de données inégalées et basées sur l'IA, ainsi que notre expertise reconnue pour concevoir des solutions innovantes qui permettent aux équipes d'atteindre de plus grands succès professionnels. Plus d'1,1 million de clients dans plus de 140 pays font confiance au service unique d'ADP pour accompagner leurs collaborateurs et développer leur activité. RH, gestion des talents, des temps, de la rémunération globale, de la conformité et de la paie.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [fr.adp.com](#)



ADP et le logo ADP sont des marques déposées d'ADP, Inc. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Copyright © 2026 ADP, Inc.

Service de presse ADP

Rumeur Publique

Marie Goislard – Tél : 06 21 23 37 75

Gaëtan Heu – Tél : 06 15 92 65 22

Gabrielle Larché – Tél : 06 52 83 01 37

adp@rumeurpublique.fr