



# Global AI Pulse

Édition printemps 2026  
Executive summary

**KPMG. Make the Difference.\***

\* KPMG. Faites la Différence.

[kpmg.com/aipulse](https://kpmg.com/aipulse)



# Executive summary

L'intelligence artificielle gagne massivement du terrain, mais les performances ne suivent pas encore le rythme des investissements. Si 95 % des entreprises interrogées disposent d'une stratégie IA, et que 64% disent déjà en tirer des bénéfices réels, seules 8 % affichent un retour sur investissement mesurable, mettant en lumière le fossé qui sépare encore l'ambition des résultats.

Qu'est-ce qui différencie ces entreprises pionnières dans l'atteinte d'un ROI tangible ? Pourraient-elles montrer la voie d'une création valeur significative et mesurable à l'échelle de l'entreprise grâce à l'IA ?

Les entreprises sortent de la phase de test : elles sont désormais 39 % à déployer l'IA ou à l'adopter à l'échelle. L'élan ne faiblit pas, avec un investissement moyen prévu de 186 millions de dollars sur un an .<sup>1</sup>

Au sein de ce paysage, un groupe distinct, environ 11 %, commence à se détacher, non pas par des investissements plus lourds ou un déploiement plus large, mais par la manière dont il intègre l'IA au fonctionnement même de l'entreprise.

Cette analyse est tirée du premier *AI Quarterly Pulse* de KPMG, une enquête mondiale auprès de 2110 hauts dirigeants de grandes entreprises, répartis dans 20 pays et 8 secteurs d'activité. L'étude analyse les modes de déploiement de l'IA, les freins rencontrés et les caractéristiques de ceux qui parviennent déjà à en tirer de la valeur à grande échelle.

Le fossé qui se creuse entre les leaders et les autres ne se résume pas à une question d'outils, de données ou de déploiement, même si ces enjeux sont souvent perçus comme les principaux obstacles.

L'exemple des pionniers prouve que pour libérer de la valeur, l'entreprise doit être pensée comme un tout, où l'IA agit comme un système orchestré à l'échelle globale.

À ce stade, la performance repose sur l'intégration de l'IA au cœur même du moteur opérationnel de l'entreprise. À mesure que les agents IA s'intègrent aux processus opérationnels, la valeur dépend de trois facteurs clés :

- Le passage des pilotes à des modèles intégrés, où workflows, données et prises de décision ne font plus qu'un.
- Une gouvernance structurelle, condition indispensable pour passer à l'échelle tout en garantissant confiance, contrôle et coordination.
- Des compétences partagées par tous, pour soutenir une exécution assistée par l'IA à chaque échelon de l'entreprise.

Ces piliers sont la clé d'un pilotage réussi : ils permettent de transformer l'IA en un moteur de performance cohérent intégré à travers toute l'entreprise.

Les pionniers de l'IA rentabilisent leurs investissements en ancrant d'abord la technologie au cœur de leurs processus métiers. Ils alignent l'IA sur leurs objectifs stratégiques et assurent sa cohérence via un modèle opérationnel unifié. On observe d'ailleurs une tendance croissante : le déploiement d'une IA autonome dans toutes les fonctions, souvent avant même que la rentabilité globale ne soit pleinement consolidée.

<sup>1</sup> La moyenne est pondérée selon les intentions d'investissement déclarées, puis ajustée pour assurer la représentativité de l'échantillon par taille d'entreprise et par région

# Executive summary

Ces organisations creusent l'écart grâce à des atouts bien précis. Elles font plus volontiers de l'IA un levier de croissance plutôt qu'un simple outil de réduction des coûts, mesurent plus sereinement son impact stratégique et disposent d'équipes préparées. Enfin, elles misent massivement sur les fondations technologiques indispensables pour démultiplier les résultats.

Force est de constater que la grande majorité des entreprises n'en est toutefois pas encore là. L'IA se généralise, mais sans remettre en cause l'organisation existante. L'investissement multiplie les initiatives, mais les performances restent disparates, même si beaucoup d'entreprises déclarent déjà dégager une valeur substantielle. C'est bien la preuve que la technologie sans la transformation ne permettra pas d'atteindre les objectifs escomptés.



# Principaux enseignements à l'international

Ces indicateurs révèlent un écart grandissant entre le déploiement de l'IA, les capacités réelles et la performance concrète des entreprises.

## Un engagement massif en faveur de l'IA

# 186M USD

Moyenne mondiale des investissements prévus dans l'IA <sup>2</sup>. L'Asie Pacifique arrive en tête (**245M USD**), suivie du continent américain (**178M USD**) et de la zone EMEA (**157M USD**)



Des entreprises ont défini une stratégie IA

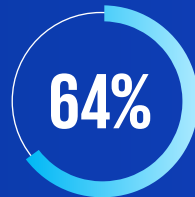
## Une volonté croissante de traiter la performance IA à l'échelle de l'entreprise

**53%**  
Continent américain

**45%**  
EMEA

**43%**  
ASPAC

## Une création de valeur inégalement constatée

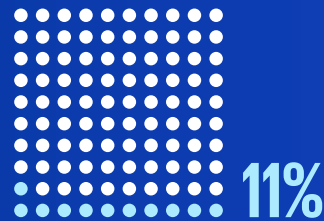


Des organisations constatent une forme de valeur métier issue de l'IA



Seulement mesurent le ROI

## Une performance concentrée



Des organisations sont identifiées comme des leaders en matière de création de valeur avec l'IA

**82% contre 62%**

Écart entre la création de valeur déclarée par les leaders IA et les autres

**68% contre 22%**

Écart de confiance dans son vivier de talents IA entre les leaders IA et les autres

## L'exécution: principal goulot d'étranglement

**54%**

Des organisations en sont encore aux prémices de leur transformation IA

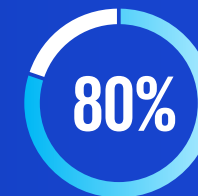
**26%**

Des sociétés progressent vers des systèmes coordonnés ou multi-agents

**75%**

Des dirigeants se disent inquiets des risques et des questions de sécurité liés aux IA

## Un sujet qui n'attend pas : l'IA ne cesse de progresser



Des répondants anticipent l'émergence d'une IA de niveau humain d'ici 5 ans

<sup>2</sup> La moyenne est pondérée selon les intentions d'investissement déclarées, puis ajustée pour assurer la représentativité de l'échantillon par taille d'entreprise et par région.

# Qu'en est-il en France ?

La France s'inscrit dans la dynamique mondiale, mais selon une trajectoire propre parfois moins offensive que dans d'autres régions. Les analyses démontrent un modèle de déploiement de l'IA poussé par le souhait d'innover mais où la prudence est de mise et la montée en compétence des talents progressive.

## Les organisations françaises avancent aujourd'hui sur une ligne de crête entre confiance et prudence.

En France, la priorité est clairement donnée à la consolidation des bases.

Comme au niveau mondial, les investissements IA se concentrent d'abord sur les infrastructures technologiques, puis sur les enjeux de cybersécurité et de protection des données. Ce choix traduit une volonté de sécuriser les déploiements avant d'en accélérer l'extension. Il s'accompagne d'un positionnement plus mesuré sur le financement de l'innovation (R&D): **36%** des entreprises françaises en font une priorité d'investissement, contre **46%** à l'international, illustrant un arbitrage en faveur de la robustesse plutôt que de l'expérimentation.

Les entreprises françaises semblent par ailleurs s'être assurées une maturité solide en matière de cadre de gouvernance, avec **70%** d'entre elles qui déclarent être confiantes dans leur capacité à gérer les risques liés à l'IA, un niveau relativement comparable à la moyenne mondiale (**autour de 65%**).

Pour autant, cette maturité n'empêche pas une sensibilité particulière à certains risques, qui influence directement les trajectoires d'adoption. Les enjeux de sécurité, de protection des données et de conformité réglementaire occupent une place centrale dans les arbitrages. **45%** des entreprises françaises déclarent par exemple que l'un des freins de la direction au déploiement de l'agentique vient des craintes réglementaires et de conformité, 15 points au-dessus de la moyenne mondiale et loin devant les entreprises basées aux Etats-Unis (**9%**). Elles sont également **52%** en France, contre **45%** dans le Monde, à déclarer qu'elles réévalueraient leur stratégie d'investissement IA pour des questions de risque en matière de data privacy et de cybersécurité.

Elles font également preuve de prudence dans les contextes d'incertitude : la confiance dans la capacité à avoir une stratégie IA à l'épreuve du temps atteint **63%** en France, contre **70%** au niveau mondial. Et environ **70%** des entreprises françaises considèrent que l'IA restera une priorité même en cas de dégradation macroéconomique, niveau qui demeure légèrement inférieur à la moyenne mondiale (**74%**).



## La création de valeur reste pour le moment centrée sur l'exécution

**50%** des entreprises françaises déclarent rencontrer des difficultés à mesurer les bénéfices indirects de l'IA, contre **44%** à l'international.

Aujourd'hui la création de valeur par l'IA s'exprime à travers des KPI plus directs : taux d'adoption, amélioration de la productivité et optimisation des opérations. Il est plus complexe en France qu'ailleurs d'évaluer son apport sur des aspects plus structurants comme la prise de décision : **60%** des entreprises françaises pensent pouvoir mesurer un ROI en matière de rapidité et de pertinence de la prise de décision, contre 71% dans le Monde. Et pour cause : l'IA est peu mobilisée en France pour des usages d'aide à la prise de décisions et analytiques, une priorité pour **27%** en France contre 41% dans le reste du monde.

À l'inverse, les priorités liées à l'automatisation et à la productivité se maintiennent à des niveaux élevés et alignés avec la moyenne internationale (42%). Cette répartition traduit une logique d'investissement centrée sur le court terme, l'opérationnel et l'optimisation des processus existants.

Dans le même temps, un paradoxe émerge : malgré cette focalisation opérationnelle, l'innovation est davantage affirmée comme priorité en France qu'ailleurs dans un objectif de mettre l'IA au service d'une nouvelle proposition de valeur. Ainsi, 36% des organisations déclarent en faire un axe stratégique, contre seulement 27% au niveau mondial.

Cette dualité traduit une dynamique encore en construction, où les entreprises expriment une volonté de transformation sans l'avoir pleinement traduite dans leurs déploiements. Le passage à des usages plus avancés nécessite une vision et une stratégie IA bien définies à l'échelle de l'entreprise et une capacité à connecter les solutions aux processus clés. Or, ces dimensions restent encore en maturation. On le voit en matière de freins au déploiement d'agents : **un tiers des répondants français pointent du doigt**

**une stratégie IA d'entreprise insuffisamment claire** (cité par un quart des répondants dans le monde), et près de la moitié des directeurs craignent les difficultés d'intégration aux processus existants, un niveau également supérieur à celui observé à l'international.

La France apparaît engagée dans une logique de création de valeur pragmatique et progressive. Si cette approche donne l'apparence de produire des résultats au niveau individuel, elle limite pour l'instant le basculement vers des usages plus transformationnels à l'échelle des fonctions et de l'entreprise.

## La transformation au niveau des équipes se fait progressivement vers un système IA/humain équilibré

La France se distingue par une attention particulière portée à la dimension humaine de la transformation IA, même si cette maturité conceptuelle reste encore partiellement déconnectée de sa mise en œuvre opérationnelle. Cette spécificité se traduit d'abord dans les stratégies de recrutement, qui évoluent de manière mesurée et progressive. Le recours aux profils spécialisés reste plus limité (**43% en France contre 54% à l'international**) et l'impact anticipé des agents IA sur le recrutement des profils expérimentés est également moins marqué (**38% en France et 49% dans le Monde**). Les organisations françaises privilégient ainsi une logique de continuité, fondée sur l'évolution des compétences internes plutôt que sur une transformation rapide des profils. Cette approche se retrouve dans la valorisation persistante des compétences humaines (analyse, esprit critique, capacité d'adaptation) qui confirme l'intégration de l'IA comme un levier d'augmentation des capacités et non de substitution au rôle de l'humain.

Ce positionnement s'inscrit tout de même dans une trajectoire vers un modèle hybride IA-humain, mais à un rythme plus progressif : **54%** des entreprises françaises se déclarant engagées

dans cette transformation, contre **61%** à l'échelle mondiale. Et si **40%** des répondants dans le monde pensent, qu'avec l'arrivée des agents, la capacité à collaborer avec une IA deviendra une compétence requise, ils ne sont que **22%** à y croire en France pour le moment.

Cette configuration contribue à atténuer les inquiétudes liées à l'emploi, avec seulement **27%** des entreprises françaises exprimant des craintes sur ce sujet, contre 43% au niveau mondial.

En revanche, les enjeux de formation et d'accompagnement apparaissent critiques : **45%** des entreprises identifient le manque de formation comme un frein à l'adoption, contre **37%** dans le monde, ce qui souligne un besoin marqué de structuration des parcours de montée en compétences.

Ce positionnement apparaît cohérent avec un modèle français où les transformations du travail sont plus encadrées et déployées dans le temps. Il en résulte une trajectoire spécifique, fondée sur la continuité et l'appropriation progressive, qui implique d'accepter un rythme de transformation plus graduel, mais qui constitue en contrepartie un facteur de sécurisation et de robustesse des changements engagés.



**Les organisations françaises disposent de bases solides pour faire évoluer leurs initiatives IA vers une création de valeur à grande échelle. Aujourd'hui, l'enjeu est de capitaliser sur ces fondations pour faire éclore des modèles plus intégrés et performants»**

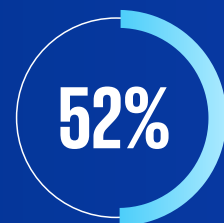
# Principaux enseignements en France

Ces indicateurs mettent en lumière une dynamique française structurée, entre solidité de gouvernance, création de valeur opérationnelle et transformation progressive de la workforce

## Un engagement massif en faveur de l'IA

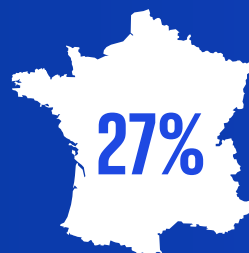


Entreprises françaises confiantes dans leurs capacités à gérer les risques liés à l'IA (contre 65% dans le monde)



Entreprises françaises identifiant la question de risque data privacy & cybersécurité comme premier facteur de réévaluation des investissements IA contre 45% au niveau mondial

## La création de valeur repose encore sur l'exécution, portée par une ambition d'innovation, mais reste limitée dans les usages liés à la prise de décision

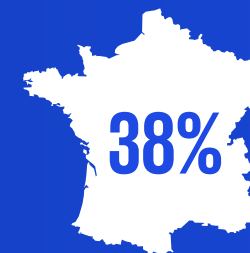


Organisations françaises priorisant l'utilisation de l'IA pour des usages d'aide à la prise de décision et analytiques



Organisations françaises faisant de l'innovation IA une priorité

## La transformation des talents s'appuie sur une approche progressive et centrée sur le développement des compétences



Entreprises françaises vs dans le monde pensant que les agents IA vont modifier leur approche du recrutement des profils expérimentés

**45% contre 37%**

Entreprises françaises vs dans le monde identifiant le besoin de formation comme un frein à l'adoption

# Comment pouvons-nous vous aider ?

L'étude souligne les différences d'approche entre ceux qui ont tiré parti de l'IA et les autres. Conclusion : l'IA est avant tout un sujet de stratégie et de transformation des organisations pour éviter la multiplication des initiatives isolées. **Revenons sur les différents piliers d'un déploiement réussi.**

## ENJEUX ET REPONSE KPMG

### AI STRATEGY & AI JUMPSTART

- Évaluer les opportunités et les menaces. Définir vos ambitions
- Construire un business case solide, avec des KPI et des jalons
- Choisir les premiers projets : moins de risque et plus d'impact
- Valider, Proof of concept, déployer à l'échelle
- Accompagner la transformation

### AI TRUST

- Évaluer le niveau de maturité, définir les objectifs
- Identifier les domaines de risques prioritaires (structure, processus, contrôles)
- Cadres de gouvernance, modèles opérationnels, politiques et procédures
- Plan de déploiement et modèle de reporting

### AI WORKFORCE

- Identifier les impacts de l'IA sur les rôles et les compétences clés
- Améliorer les performances, libérer du temps à forte valeur ajoutée
- Repenser les modèles organisationnels, créer plus de valeur
- Accompagner les équipes dans leur transformation

### AI TECH & DATA

- Évaluer et planifier les technologies pertinentes
- Activer les plateformes de données Cloud et IA
- Make or buy : construire des solutions IA ou adapter celles du marché
- Assurer le suivi de l'adoption des outils déployés

L'étude montre aussi que d'un pays à l'autre, d'un secteur à l'autre, d'une fonction à l'autre, les priorités et les contraintes ne seront pas les mêmes. Chaque environnement a son bagage culturel, réglementaire, opérationnel, ... Seule l'expérience ou le bon niveau de collaboration peut donner accès à cette lecture fine :

## POURQUOI NOUS ?

**Notre métier de toujours ? Accompagner la transformation des fonctions et la performance des organisations. Nous parlons la même langue.**

**Les secteurs n'ont pas de secrets : nous disposons d'experts sectoriels et avons accompagné la plupart des ETI et grands groupes français.**

**Ils ont la techno, nous connaissons le client. Avec nos alliances stratégiques avec des éditeurs et partenaires, bénéficiez d'outils par enjeu optimisés par l'IA**

**KPMG VELOCITY : tout notre knowledge sur une plateforme. A disposition des experts, elle intègre toutes nos connaissances, expériences, capacités et données avec une technologie avancée.**

# Méthodologie du Global AI Pulse

Cette étude constitue la première édition d'une série trimestrielle de portée internationale.

## Conception de l'échantillon

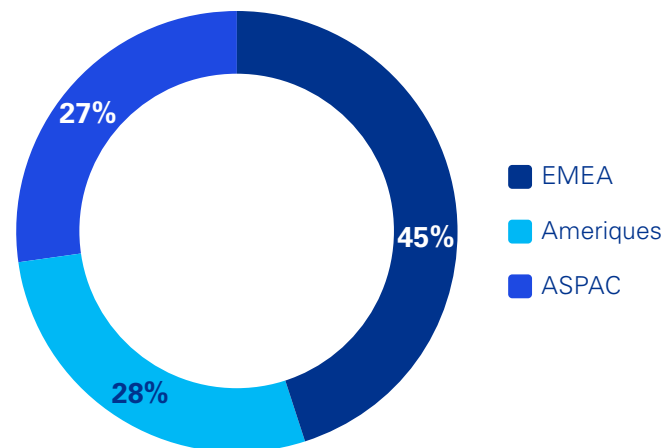
L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 2110 dirigeants (C-suite et cadres dirigeants) issus d'organisations dont le chiffre d'affaires annuel est d'au moins 100 millions USD.

Les participants ont complété l'enquête en ligne entre le 19 février et le 17 mars 2026, à travers 20 pays, territoires et juridictions du continent américain, de la région EMEA et de l'Asie Pacifique.

## Profil des répondants

Les répondants représentent un panel de plus de 20 secteurs d'activité, parmi lesquels les technologies, les services financiers, l'industrie, les services professionnels, la santé et le secteur public.

- **Geographies:** Echantillonnage couvrant les grandes régions mondiales, notamment l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie Pacifique, Afrique et l'Amérique latine.



## Définitions analytiques :

For the purposes of this survey:

- **La maturité IA** désigne l'étape à laquelle une organisation déclare se trouver dans son parcours IA, depuis les phases de recherche initiales jusqu'à l'établissement d'un ROI avéré.
- **L'engagement envers l'IA agentique** évalue la mesure dans laquelle les organisations mettent en œuvre ou développent des agents d'IA et des systèmes multi-agents.
- **Les leaders IA** sont définis comme les organisations se situant dans les deux niveaux de maturité les plus avancés et parmi les trois premières catégories en matière de déploiement d'agents IA.

Cette définition combinée caractérise les organisations à la fois matures en matière d'IA et qui activement engagées vers un leadership en matière d'IA agentique.



**[kpmg.com/aipulse](https://kpmg.com/aipulse)**

Cette proposition a été réalisée par KPMG S.A. KPMG S.A. est membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited (« KPMG International »), une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). Les informations contenues dans ce document sont valables à sa date de publication. Elles sont à tous égards soumises à la réalisation satisfaisante des procédures de KPMG visant à évaluer les clients et les missions potentiels, y compris les procédures d'indépendance et de vérification des conflits, ainsi que la négociation, l'accord et la signature d'une lettre de mission ou d'un contrat spécifique. Nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Cette proposition est soumise à la négociation, à l'accord et à la signature d'une lettre de mission ou d'un contrat entre les parties. KPMG International et ses entités liées ne proposent pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International, l'une quelconque de ses entités liées ou les autres cabinets membres à l'égard des tiers. KPMG International ou l'une quelconque de ses entités liées n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2026 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). Tous droits réservés. Le nom et le logo KPMG sont des marques utilisées sous licence par les cabinets indépendants membres de l'organisation mondiale KPMG.