



Communiqué de presse

Juin 2018



Assistants virtuels : Perception & Intérêt des Français

11^{ème} édition du Baromètre

Des Français pragmatiques vis-à-vis des assistants virtuels

80% des Français estiment que les assistants virtuels ont des avantages mais seuls 29% d'entre eux pensent que communiquer avec un assistant virtuel est plus efficace qu'avec un employé d'un service client

Depuis Octobre 2011, iligo analyse la perception, les usages et l'intérêt que portent les Français aux nouvelles technologies. En 2018, un nouveau volet dédié a vu le jour. Il s'intéresse aux assistants virtuels, ces programmes informatiques qui permettent aux chatbots et aux assistants personnels de fonctionner. Siri d'Apple, Alexa d'Amazon, Google Home de Google mais aussi Ouibot de la SNCF ou M de Facebook font donc partis du périmètre d'étude.

Comment les assistants virtuels sont-ils perçus par les Français ? Quelles fonctions leur paraissent avantageuses ? Dans quels secteurs paraissent-ils le plus utile ? Quelle place prendront-ils à l'avenir ?

Les résultats de la 11^{ème} édition du BUM nous permettent de vous fournir quelques éléments de réponse.

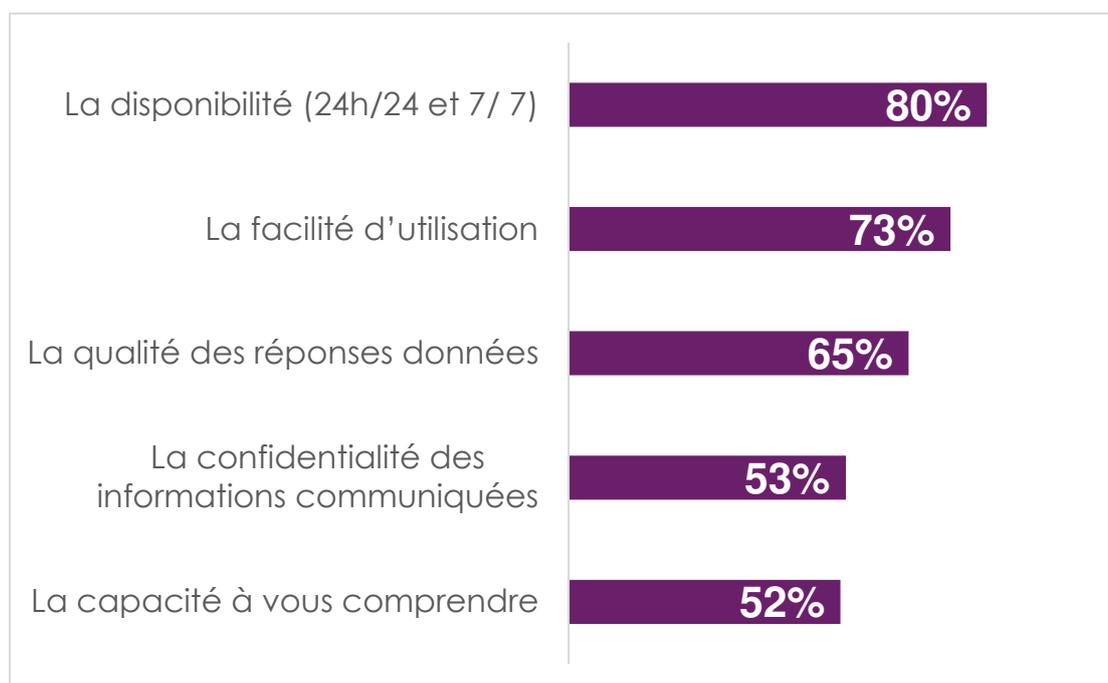
Des assistants virtuels qui possèdent de véritables avantages aux yeux des Français...

Alors que 20% des adultes américains possèdent désormais une enceinte connectée de type Google Home ou Amazon Echo, les Français reconnaissent eux aussi les atouts des assistants virtuels. Leur disponibilité et leur facilité d'utilisation sont perçus comme de réels avantages par respectivement 80% et 73% de la population française. En revanche, leur capacité à garantir la confidentialité des informations et à comprendre les requêtes



humaines posent davantage question puisque seuls 53% et 52% des Français y voient un avantage offert par les assistants virtuels.

Part des Français qui estiment que les assistants virtuels apportent un véritable avantage sur les critères suivants



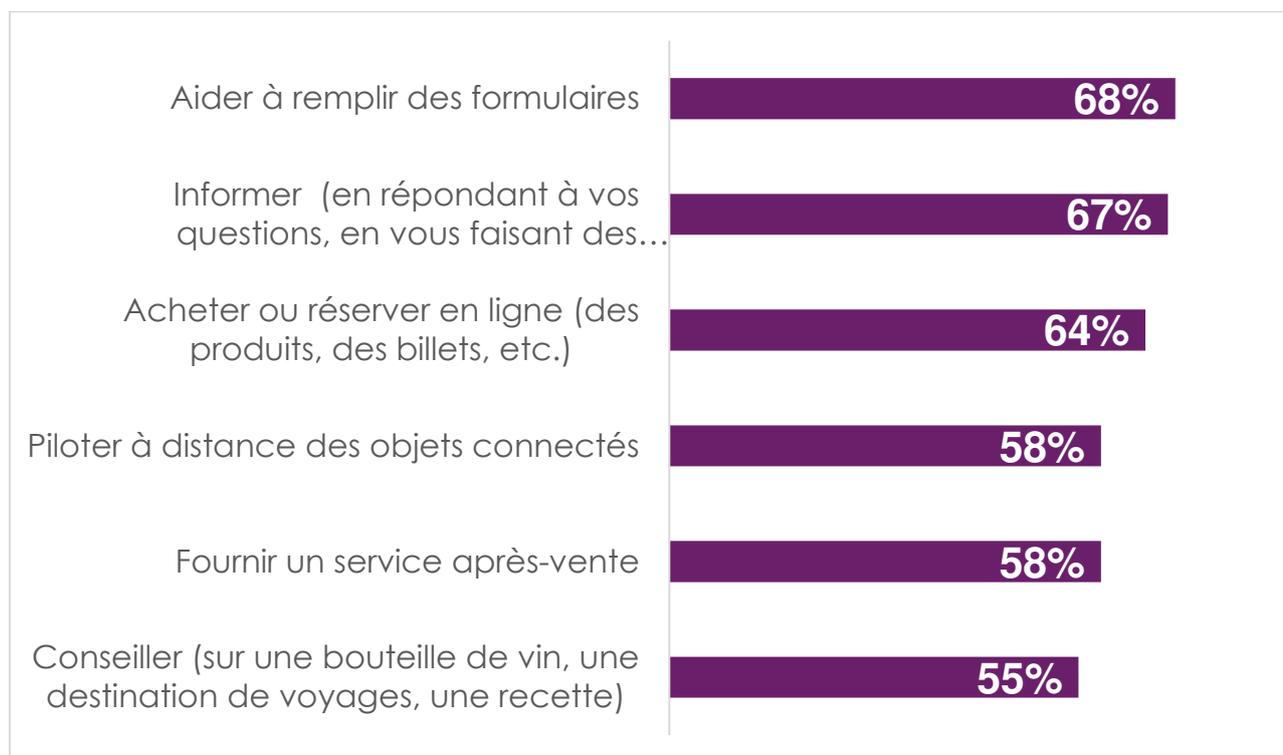
La qualité des réponses données, quant à elle, représente un avantage des assistants virtuels pour 65% des Français. Ce relatif entre-deux s'explique certainement par le fait que la qualité des réponses dépend de la difficulté des questions, et qui nous invite à nous demander pour quelles tâches les Français sont convaincus par l'efficacité des assistants virtuels.

...Mais qui semblent surtout utiles pour effectuer des tâches simples

Pour les tâches simples, les Français sont relativement convaincus par les assistants virtuels. Plus de 60% d'entre eux les trouvent intéressants pour aider à remplir des formulaires (68%), informer en répondant à des questions et en faisant des rappels (67%) ou pour acheter ou réserver en ligne (64%). En revanche, les assistants leur semblent un peu moins intéressants pour réaliser des tâches un peu plus complexes comme piloter des objets connectés à distance (58%), fournir un service après-vente (58%) ou conseiller une bouteille de vin, une destination de voyages, une recette, etc. (55%). Les initiatives utilisant les assistants virtuels pour ce genre de tâches ne manquent pourtant pas, avec par exemple, le lancement des sommeliers virtuels en 2017 par un grand nombre d'acteurs de l'agro-alimentaire comme Lidl, Carrefour, Auchan ou Leclerc.



Part des Français trouvant les fonctionnalités suivantes intéressantes chez les assistants virtuels



Au-delà des tâches à effectuer, on peut aussi s'interroger sur les secteurs dans lesquels les Français sont prêts à utiliser des assistants virtuels. Dialoguer avec un programme informatique est-il aussi souhaitable quand on parle de santé que lorsqu'on réserve un billet d'avion ?

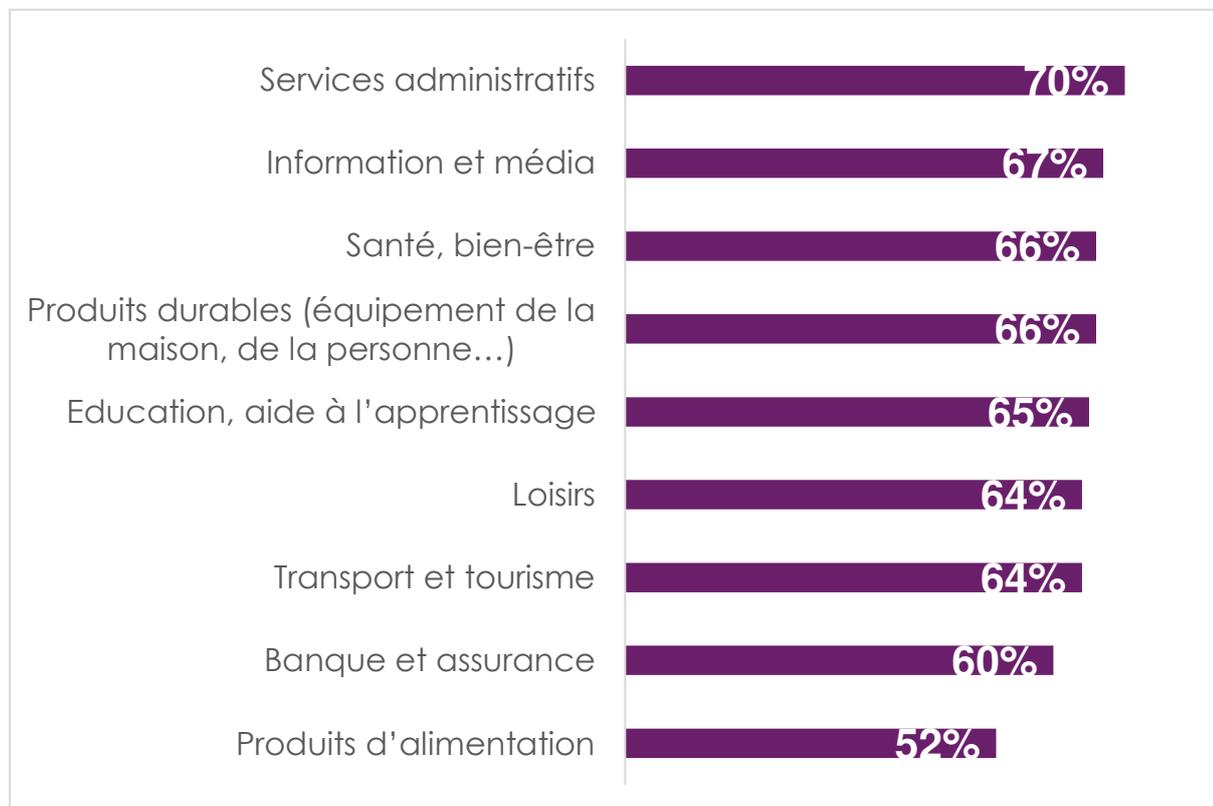
Des assistants virtuels qui peuvent être utilisés dans presque tous les secteurs économiques

Les Français sont relativement ouverts à l'utilisation des assistants virtuels dans presque tout type de domaine. Etant surtout convaincus par l'aide qu'ils apportent pour remplir des formulaires, il n'est pas surprenant que les Français estiment que les assistants virtuels seront intéressants pour les services administratifs (70%). Mais beaucoup d'autres secteurs d'applications arrivent juste derrière. L'utilisation des assistants virtuels dans l'information et les médias, la santé et le bien-être, les produits durables, l'éducation, les loisirs et le transport est en effet jugée intéressante par 64% à 67% des Français. Le domaine « banque et assurance » suit avec 60%, et ce malgré les doutes sur la capacité des assistants virtuels à garantir la confidentialité des informations.

Les assistants virtuels paraissent en revanche moins intéressants quand on évoque les produits d'alimentation, avec seulement 52% des Français intéressés. Discuter des goûts et des couleurs avec un programme informatique paraît encore susciter quelques réticences.



Part des Français jugeant le développement des assistants virtuels intéressants dans les secteurs suivants



Hors alimentation, la relative homogénéité de l'intérêt des Français pour les assistants virtuels en fonction des secteurs pourrait nous laisser penser que les assistants virtuels vont bientôt devenir universels. Pourtant, les Français sont bien moins catégoriques sur ce point.

Les Français ont une vision du futur très éloignée des films de science-fiction

Malgré les nombreux articles autour du deep learning et de l'intelligence artificielle dans les médias, les Français gardent les pieds sur terre. En effet, seuls 47% d'entre eux estiment que les assistants virtuels vont développer leur intelligence et leur faculté à apprendre par eux-mêmes.

En ce sens il n'est pas surprenant de voir qu'ils sont seulement 52% à estimer que les assistants virtuels, « c'est le futur, ça va tellement nous simplifier la vie » ou même que ces derniers auront un effet positif sur notre bien-être.

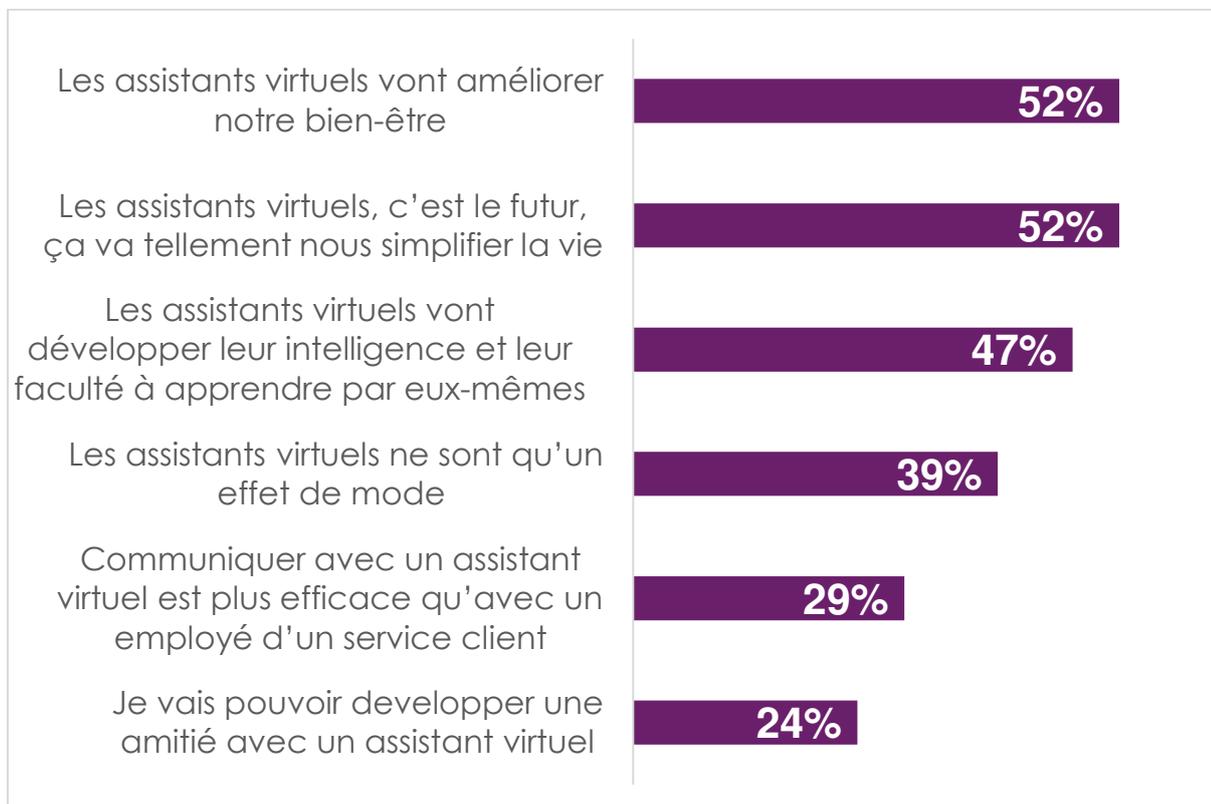
39% des Français vont même jusqu'à estimer que les assistants virtuels ne sont qu'un effet de mode. Quant à la possibilité de développer une amitié entre un homme et un assistant virtuel, il s'agit d'une vision chimérique pour 76% d'entre eux.

Ce relatif pessimisme semble d'ailleurs fondé sur des faits observés. Bien que les avantages des assistants virtuels apparaissent aux yeux des Français, ils sont à l'heure actuelle 29%



seulement à estimer que communiquer avec un assistant virtuel est plus efficace qu'avec un employé d'un service client. Avant de créer le même enthousiasme chez les Français que chez les joueurs de Go, cette technologie doit donc encore faire ses preuves dans la vie quotidienne.

Part des Français en accord avec les affirmations suivantes :



L'arrivée en France le 13 juin, après déjà deux reports, de l'enceinte connectée Echo d'Amazon va-t-elle changer la donne ? Ou les Français vont-ils plutôt davantage s'exposer aux assistants virtuels par l'intermédiaire des chatbots, comme le million d'américains qui ont récemment dialogués avec le Niro bot de Kia pour découvrir le dernier modèle de la marque coréenne ? La taille potentielle du marché des enceintes connectées et les exigences de plus en plus grandes des consommateurs en termes de réactivité des marques incitent en tout cas ces dernières à investir de plus en plus dans le développement des assistants virtuels.

Méthodologie du baromètre

Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)

Terrain réalisé du 14 mars 2018 au 23 mars 2018.

1020 répondants 18-64 ans représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

A propos du Baromètre des Usages Multi-Ecrans

A travers ce baromètre semestriel, iligo a l'ambition d'analyser la perception, les usages mais surtout l'évolution du rapport des Français aux nouvelles technologies connectées. Le premier volet, lancé en mars 2010 s'intéressait aux tablettes. A ce premier opus, se sont



ajoutés six nouveaux baromètres semestriels : la TV Connectée et la Social TV en octobre 2011, l'interaction entre les médias et les différents écrans en octobre 2012, la robotique en mars 2015 et les objets connectés ainsi que les assistants virtuels en mars 2018.

A propos d'iligo

iligo est une **agence d'études** dédiée à la **compréhension des comportements de consommation et à la mesure des leviers marketing**.

- Agence, car l'**apport en conseil**, notamment d'un point de vue stratégique, est une composante des missions d'iligo.
- Etudes, car il s'agit de produire des **recommandations opérationnelles** en s'appuyant sur des données fiables, des observations quantitatives, qualitatives, passives ou hybrides. Mais la donnée n'est qu'un moyen pas une fin en soi.

iligo est particulièrement reconnue dans le domaine de l'**innovation**.

- Seule agence d'études présente dans le classement des **500 premières entreprises de la Tech française** (source : Frenchweb édition 2017)
- Agence d'étude **la plus primée** lors des Trophées Etudes & Innovations 2016 et 2017, notamment pour des protocoles avec Google, Twitter, Publicis, etc... (source : Offre Media/Syntec Etudes)

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Kévin SDRIGOTTI

01 83 64 67 64

kevin.sdrigotti@iligo.fr



@iligo_research



@iligo



@iligo.fr



@iligo_research