MODÈLE ÉCONOMIQUE

Métiers et activités menacés par l'IA : évaluer son exposition



Par Pierre-Louis Gaudreau, Président d'IA.consulting · Mis à jour le 20 octobre 2026

La question que vous vous posez vraiment

Vous avez sans doute lu des classements de métiers menacés par l'IA. Ils répondent à une question de salarié : « mon poste va-t-il disparaître ? » Un dirigeant s'en pose une autre. Quelles parties de votre activité un client pourrait-il acheter autrement, ou faire lui-même ?

Les deux questions ne se recouvrent pas. Un métier peut perdre une partie de ses tâches et continuer d'exister. Une entreprise peut perdre une partie de son chiffre d'affaires sans qu'aucun métier ne disparaisse. Cette page sépare donc trois niveaux : la tâche, le métier, l'entreprise.

D'abord ce que disent les études, avec ce que chacune mesure. Ensuite une grille pour juger l'exposition de vos prestations.

Ce que disent les données

Une précision de méthode. Aucune des sources retenues ici ne publie un classement nominatif et daté des métiers appelés à disparaître. Les études publient des mesures d'usage, ou d'exposition par tâches. Un classement qui prétend aller plus loin extrapole. Nous ne le ferons pas.

En France

En 2025, 18 % des entreprises françaises de dix salariés ou plus déclarent utiliser une technologie d'intelligence artificielle, selon l'INSEE [S6]. L'usage croît avec la taille : 15 % pour les entreprises de 10 à 49 salariés, 31 % pour celles de 50 à 249, 58 % pour celles de 250 et plus [S6]. Données déclaratives, sur l'année 2025, hors agriculture, finance et assurance [S6]. Elles ne disent pas quels métiers ni quelles prestations sont exposés.

Côté dirigeants, Bpifrance Le Lab relève que 58 % d'entre eux voient dans l'IA une question de survie à horizon 3-5 ans [S7]. Il s'agit d'une perception déclarée, que nous lisons ici à travers un relais média [S7]. Dans la même étude, 43 % des dirigeants ont défini une stratégie IA, 26 % utilisent une IA générative, 16 % une IA non générative, et seulement 10 % les deux [S8]. L'échantillon est fait de dirigeants et ne représente pas tous les secteurs [S8].

Mis côte à côte, ces chiffres montrent une crainte plus répandue que l'usage. Nous constatons l'écart. Nous ne l'expliquons pas.

Aux États-Unis

Anthropic publie l'Economic Index, une analyse de l'usage de son assistant Claude. Constat central : on se sert d'un outil d'IA générative pour des tâches, rarement pour un métier entier. Environ 36 % des métiers l'utilisent pour au moins 25 % de leurs tâches [S1]. Ces chiffres mesurent l'usage de Claude par ses utilisateurs. Ils ne mesurent ni l'exposition réelle des emplois ni des suppressions. L'éditeur reconnaît ne pas savoir si l'usage est professionnel. Un seul outil, un rapport de février 2025 [S1] : des éditions ultérieures ont pu le dépasser.

Sur la nature de l'usage, l'éditeur compte 57 % de tâches augmentées et 43 % de tâches automatisées [S2]. On parle de conversations, pas d'emplois, et automatiser une tâche ne revient pas à supprimer un poste [S2]. Le chiffre vient de l'éditeur de l'outil lui-même.

Côté entreprises, une étude du NBER et du Bureau du recensement américain montre que 66 % des entreprises utilisent l'IA pour augmenter les tâches. Les réductions d'effectifs liées à l'IA restent rares, à 2 % [S4]. L'enquête est déclarative et porte sur l'usage actuel. Elle ne prédit pas les suppressions à venir [S4].

La même étude donne un repère de secteur utile à une entreprise de conseil ou de services. L'adoption atteint 50 % à 60 % (60 % à 70 % en pondérant par l'emploi) parmi les très grandes entreprises de l'information, des services professionnels et de la finance [S5]. Repère américain, limité aux très grandes entreprises. Il ne dit rien des PME et ETI françaises, et ne mesure pas le cas où le client remplace lui-même une prestation [S5].

Dans le monde

L'Organisation internationale du Travail mesure l'exposition des métiers à l'IA générative, tâche par tâche. Sa conclusion : la plupart des métiers comportent des tâches qui exigent un apport humain, donc la transformation des métiers est l'effet le plus probable [S3]. Les emplois administratifs y ressortent comme les plus exposés [S3]. L'indice mesure une exposition par tâches. Il ne prévoit pas d'emplois supprimés et ne dit rien de l'exposition d'une entreprise ou de sa prestation [S3]. Sa date, mai 2025, est déduite du rapport ; nous ne l'avons pas lue sur la page [S3].

Tableau des études et de ce qu'elles mesurent

La plupart des pages affichent une liste de métiers. Nous la remplaçons par ce tableau : ce que chaque source mesure, donc ce que vous pouvez en conclure.

Source	Ce qu'elle mesure	Constat	Ce qu'elle ne dit pas
OIT, mai 2025 [S3]	Exposition par tâches à l'IA générative, monde	Transformation des métiers plus probable que leur disparition ; emplois administratifs les plus exposés	Les emplois supprimés ; l'exposition d'une entreprise
Anthropic, février 2025 [S1]	Usage de Claude par métier, États-Unis	Environ 36 % des métiers l'utilisent pour au moins 25 % de leurs tâches [S1]	L'exposition réelle ; le caractère professionnel de l'usage
Anthropic, février 2025 [S2]	Nature de l'usage : augmenter ou automatiser	57 % de tâches augmentées, 43 % automatisées [S2]	Des suppressions de postes
NBER et Census Bureau, avril 2026 [S4]	Usage déclaré par les entreprises américaines	66 % utilisent l'IA pour augmenter les tâches ; 2 % déclarent des réductions d'effectifs [S4]	Les suppressions futures
NBER et Census Bureau, avril 2026 [S5]	Adoption par secteur et taille	Adoption de 50 % à 60 % chez les très grandes entreprises de l'information, des services professionnels et de la finance [S5]	La situation des PME et ETI françaises
INSEE, juillet 2026 [S6]	Usage déclaré, entreprises françaises de dix salariés ou plus	18 % en 2025, de 15 % à 58 % selon la taille [S6]	Les métiers ou prestations exposés

Sur les secteurs, nos sources établissent deux choses. Selon l'OIT, les emplois administratifs sont les plus exposés [S3]. L'adoption est la plus forte dans les services d'information, professionnels et financiers [S5]. Rien ne classe le service client ou la production de contenu. Nous ne leur donnons donc aucun rang.

Le mécanisme économique : tâche, métier, entreprise

Les études travaillent sur la tâche. Votre compte de résultat se lit sur l'entreprise. Entre les deux, le métier.

La tâche. Une tâche est exposée si un outil d'IA peut la faire, en partie ou en totalité. C'est ce que mesurent l'OIT [S3] et l'Economic Index [S1].

Le métier. Un métier assemble des tâches. Si une partie seulement est exposée, le métier se transforme. L'OIT conclut que la transformation est l'effet le plus probable [S3]. Et l'usage observé chez Anthropic penche vers l'augmentation plus que vers l'automatisation [S2].

L'entreprise. Une entreprise vend des prestations. Pour votre chiffre d'affaires, une tâche exposée chez vous pèse peu en elle-même. Le risque apparaît quand un client peut obtenir le même résultat sans vous. Aucune des études citées ne le mesure [S3][S5].

Notre hypothèse de travail, à vérifier chez vous : le risque pour une entreprise vient moins des postes qui changent que des prestations dont la valeur repose sur des tâches exposées, quand le client peut les reproduire. Ce raisonnement est le nôtre. Les études ne le démontrent pas.

Conséquence pratique. Quand une étude conclut qu'un métier est exposé, elle ne vous apprend ni qui paiera moins, ni qui fera autrement. Elle vous apprend que des tâches sont à portée de l'outil. Le reste dépend de votre prestation et de vos clients.

Une grille pour évaluer l'exposition de votre activité

Les quatre critères

Cette grille est notre proposition de lecture ; aucune étude ne l'a produite. Appliquez-la prestation par prestation, jamais à l'entreprise entière.

1. **Standardisation de la prestation.** Le livrable est-il le même d'un client à l'autre, avec des étapes répétables ? Plus il est standardisé, plus un client peut le demander à un outil ou l'écrire lui-même.
2. **Accès aux données.** Le client détient-il les informations qui permettent d'obtenir le résultat sans vous ? Si la valeur tient à vos données propres, ou à votre accès à celles d'un secteur, l'exposition baisse. Si les données sont chez le client, elle monte.
3. **Responsabilité engagée.** Signez-vous, certifiez-vous, répondez-vous d'une erreur devant un tiers ? Plus la responsabilité est forte, moins le client est prêt à se passer d'un interlocuteur identifié. Hypothèse à tester auprès de vos clients ; nous n'en faisons pas une règle.
4. **Relation client.** La prestation se vend-elle sur la confiance et la connaissance du client, ou sur un tarif comparable ? Une relation ancienne protège une prestation tant que le client y voit de la valeur.

Notez chaque critère de zéro à deux, deux voulant dire exposition forte. Le total par prestation va de zéro à huit. Ces seuils sont une convention de travail. Aucune étude ne les valide.

Un calcul de pondération

Pour passer de la prestation à l'entreprise, pondérez par le poids de chaque prestation dans votre chiffre d'affaires. Cas construit, entièrement fictif, chiffres en toutes lettres : une entreprise réalise dix millions d'euros de chiffre d'affaires. Trois millions viennent de prestations notées de six à huit, quatre millions de prestations notées de trois à cinq, trois millions de prestations notées de zéro à deux. La zone de vigilance pèse alors trois dixièmes du chiffre d'affaires.

Ce chiffre ne prévoit aucune perte. Il désigne la part de votre activité à regarder de près en premier. Le diagnostic chiffré complet fait l'objet d'une autre page du dossier.

Illustration : une agence fictive

Cas construit : une agence de communication imaginaire de la région lyonnaise, quarante-cinq personnes, que nous appellerons Delmas Communication. Elle n'existe pas ; aucun client réel derrière.

L'agence vend quatre prestations. La rédaction de contenus courts pour les sites de ses clients : livrable très standardisé, informations fournies par le client, peu de responsabilité engagée, relation tarifaire. Total élevé. La déclinaison de supports pour les réseaux sociaux : même constat, avec un peu plus de relation. Le conseil de positionnement de marque : livrable propre à chaque client, responsabilité du dirigeant du client engagée, relation ancienne. Total bas. La gestion de campagnes pour un annonceur : données chez la plateforme et chez le client, standardisation moyenne, total intermédiaire.

La grille ne désigne pas les rédacteurs de l'agence comme menacés. Elle montre que la prestation de contenus courts est celle qu'un client pourrait obtenir autrement. L'agence peut alors décider de la repositionner vers l'édition, la validation et la cohérence de marque. Piste à vérifier avec les clients, sans certitude.

Ce que les autres pages ne vous disent pas

La plupart des pages sur les métiers menacés parlent aux salariés. Elles listent des intitulés de poste et laissent le dirigeant seul avec sa question. Quatre angles y manquent presque toujours.

Elles mélangent des études qui ne mesurent pas la même chose. Un indice d'exposition par tâches [S3], l'usage observé d'un seul outil [S1] et une enquête déclarative d'entreprises [S4] ne se superposent pas. Les ranger dans un même classement donne une impression de précision qui n'existe pas.

Elles confondent exposition et suppression. Les sources elles-mêmes écartent ce raccourci : l'OIT parle de transformation [S3], Anthropic précise qu'automatiser une tâche ne revient pas à supprimer un poste [S2], et l'enquête américaine constate que les réductions d'effectifs restent rares, à 2 % [S4].

Elles ne distinguent pas la tâche, le métier et l'entreprise. Or votre chiffre d'affaires se joue au niveau de l'entreprise.

Elles ne parlent presque jamais de la prestation vendue à des clients. C'est votre sujet. La grille ci-dessus sert à le rendre visible.

La décision et ses limites

Ce que vous pouvez décider à partir de cette page : dresser la liste de vos prestations, les noter sur les quatre critères, calculer la part du chiffre d'affaires en zone de vigilance, puis choisir une ou deux prestations à regarder en premier, avec vos clients et vos équipes.

Pour situer l'effort, une comparaison : la DSN a été généralisée à la paie en janvier 2017. Selon notre lecture, le point commun est le travail de fond, cartographier ses données et automatiser un processus administratif. La différence : la DSN était obligatoire, cette grille ne l'est pas.

Les limites sont nettes.

Les études citées sont américaines ou mondiales, sauf celles de l'INSEE et de Bpifrance. Aucune ne décrit votre secteur. L'INSEE rappelle que son chiffre est déclaratif et exclut la finance et l'assurance [S6]. Le chiffre d'Anthropic provient d'un seul outil et d'un rapport de février 2025 [S1]. L'étude de Bpifrance est lue ici via un relais média [S7][S8].

Une perception ne mesure rien. Que 58 % des dirigeants voient dans l'IA une question de survie [S7] dit ce qu'ils pensent, sans dire ce qui va se produire. Que 43 % aient défini une stratégie [S8] indique en revanche que plus de la moitié n'en a pas encore.

La grille aide à lire. Elle ne prédit rien et ne promet aucun résultat : une bonne note ne garantit ni la protection d'une prestation ni sa disparition.

La question suivante

Une fois vos prestations exposées repérées, reste une question plus large : que devient votre modèle économique si ces prestations changent de valeur ? Pour la traiter, lisez la page sur ce que l'IA change au modèle économique de votre entreprise (ia.consulting/fr/ia-pme/modele-economique/). Elle replace ces prestations dans leur logique de prix, de marge et de clientèle.

Sources

- **S1** · Anthropic (Economic Index), février 2025. https://www.anthropic.com/research/the-anthropic-economic-index (https://www.anthropic.com/research/the-anthropic-economic-index)
- **S2** · Anthropic (Economic Index), février 2025. https://www.anthropic.com/research/the-anthropic-economic-index (https://www.anthropic.com/research/the-anthropic-economic-index)
- **S3** · Organisation internationale du Travail (ILO) / NASK, mai 2025. https://webapps.ilo.org/static/english/intserv/working-papers/wp140/index.html (https://webapps.ilo.org/static/english/intserv/working-papers/wp140/index.html)
- **S4** · NBER / U.S. Census Bureau (Bonney, Breaux, Dinlersoz, Foster, Haltiwanger, Pande), avril 2026. https://www.nber.org/papers/w35141 (https://www.nber.org/papers/w35141)
- **S5** · NBER / U.S. Census Bureau, avril 2026. https://www.nber.org/papers/w35141 (https://www.nber.org/papers/w35141)
- **S6** · Insee (Insee Première n° 2120), usage de l'IA dans les entreprises, juillet 2026. https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878 (https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878)
- **S7** · Bpifrance Le Lab (étude « L'IA dans les PME et ETI françaises : une révolution tranquille », relayée par ActuIA) (relais presse d'une enquête Bpifrance Le Lab), juin 2025. https://www.actuia.com/actualite/lia-dans-les-pme-et-eti-francaises-un-territoire-encore-a-explorer-selon-bpifrance/ (https://www.actuia.com/actualite/lia-dans-les-pme-et-eti-francaises-un-territoire-encore-a-explorer-selon-bpifrance/)
- **S8** · Bpifrance Le Lab (relayée par ActuIA) (relais presse d'une enquête Bpifrance Le Lab), juin 2025. https://www.actuia.com/actualite/lia-dans-les-pme-et-eti-francaises-un-territoire-encore-a-explorer-selon-bpifrance/ (https://www.actuia.com/actualite/lia-dans-les-pme-et-eti-francaises-un-territoire-encore-a-explorer-selon-bpifrance/)



PUBLIÉ SOUS LA RESPONSABILITÉ DE

Pierre-Louis Gaudreau, Président d'IA.consulting. Sources citées et datées. Une erreur ? Écrivez-nous.