MODÈLE ÉCONOMIQUE

# IA générative : ce qu'elle change au modèle économique de votre PME



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

## Ce que vous vendez pourrait ne plus valoir ce que vous facturez

Vous vendez du temps de travail, un savoir-faire ou un livrable. Un outil en produit désormais une partie en quelques secondes. Vos clients le savent. Ou le sauront.

Que l'outil impressionne ou non compte peu. Ce qui compte pour vous tient en deux questions : que devient le prix de ce que vous vendez, et qui garde l'écart ?

Nous répondons en deux temps. D'abord une définition courte et exacte de l'IA générative, de son fonctionnement et de ses usages. Ensuite ce qu'elle fait à vos prix, à vos marges et aux prestations facturées au temps. Cette page ne vous dit pas quel outil acheter, ni quels métiers disparaissent. Elle vous donne une grille pour relire votre propre offre.

## IA générative : la définition en bref

L'IA générative est une famille de modèles qui produisent un contenu nouveau (texte, image, vidéo, son, code) à partir d'une consigne écrite en langage courant. Elle fabrique une réponse plausible d'après ce qu'elle a appris. Elle ne la retrouve dans aucune base.

### Ce qui distingue l'IA de l'IA générative

L'intelligence artificielle couvre un champ large. On y range des systèmes qui classent, prédisent, détectent ou recommandent : un filtre antispam, un score de risque client, une prévision de stock. Ces systèmes tournent dans les entreprises depuis des années. L'IA générative en est une branche récente. Sa particularité : elle crée un contenu, là où les autres attribuent une étiquette ou un score.

On distingue souvent trois familles. Celle qui exécute une règle fixée à l'avance. Celle qui apprend sur des données pour prédire ou classer. Celle qui génère. Les deux premières ne rédigeront jamais votre devis. La troisième le peut, avec les défauts décrits plus bas. Pour un dirigeant, la différence compte : les deux premières améliorent un processus existant, la troisième touche à des livrables que vous facturiez.

### Comment elle fonctionne

Un modèle de langage est entraîné sur d'immenses volumes de textes, d'images ou de sons. Il y repère des régularités : quels mots suivent quels mots, quelles formes composent quel objet. Une fois entraîné, il répond à votre consigne en produisant, pas à pas, la suite la plus probable.

Trois conséquences pour vous. Le modèle ne « sait » pas au sens où un expert sait : il calcule une vraisemblance, donc il peut se tromper avec aplomb. La qualité dépend des données d'entraînement, choisies par l'éditeur et hors de votre contrôle. Enfin, le modèle se loue, il ne s'achète pas : son prix et ses conditions d'usage restent entre les mains du fournisseur.

### Exemples : texte, image, vidéo, audio

- Texte : assistants conversationnels comme ChatGPT, rédaction de courriels, résumés de réunion, premières versions de propositions commerciales, aide à l'écriture de code.
- Image : visuels publicitaires, maquettes, retouches, déclinaisons d'une même idée en plusieurs formats.
- Vidéo : courts clips, sous-titrage et traduction automatiques, montages de démonstration.
- Audio : transcription, voix de synthèse pour un standard téléphonique, doublage, musique d'ambiance.

En entreprise, tout cela revient à trois gestes : rédiger, résumer, faire passer un document d'un format à un autre. Des gestes de bureau. On les trouve dans presque toutes les offres de service.

---

## Ce que disent les données

Les chiffres d'adoption circulent beaucoup, et beaucoup sont anciens. Nous avons retenu des mesures récentes, avec leurs réserves.

### En France

En 2025, 18 % des entreprises françaises de 10 salariés ou plus déclarent utiliser au moins une technologie d'intelligence artificielle, selon l'Insee [S1]. Deux réserves. On mesure une déclaration d'usage, sans son intensité ni ses gains, et l'IA au sens large, pas la seule IA générative. Le champ laisse de côté les entreprises de moins de 10 salariés et les secteurs agricole, financier et d'assurance [S1].

La taille pèse lourd. 15 % des entreprises de moins de 50 salariés utilisent l'IA, contre 31 % de celles de 50 à 249 salariés et 58 % de celles de 250 salariés ou plus [S2]. C'est une corrélation : rien ne prouve que la taille cause l'adoption, et ces chiffres ne disent rien de la valeur créée [S2]. Pour une PME ou une ETI, la lecture reste mesurée. Le mouvement

général ne vous a pas laissé derrière. Vos plus grands concurrents, eux, sont nettement mieux équipés.

Côté effets, la Banque de France interroge les entreprises françaises d'au moins vingt salariés. Son dernier constat est prudent : les effets économiques observés demeurent limités, surtout des gains de productivité, et les entreprises en attendent de plus importants à trois ans [S3]. Ce sont des perceptions déclarées. Les très petites entreprises sont exclues, et l'enquête ne dit pas qui capte le gain : client, prestataire ou éditeur [S3]. C'est justement la question de cette page.

### Aux États-Unis

Fin 2025, environ 18 % des entreprises américaines avaient adopté l'IA, relève la Réserve fédérale d'après l'enquête BTOS du Census Bureau [S4]. Le même chiffre qu'en France. Il ne se transpose pas pour autant : définitions et enquêtes diffèrent. La note signale d'ailleurs que le résultat dépend de l'unité de mesure, puisqu'une autre enquête trouve 78 % de la main-d'oeuvre employée dans des entreprises adoptrices [S4]. L'écart s'explique : les grandes entreprises, qui emploient beaucoup de monde, adoptent davantage. La note évoque aussi des biais de mesure, comme des répondants mal informés ou une pression à déclarer [S4].

On retrouve l'effet de taille. Selon le Census Bureau, de décembre 2025 à mai 2026, 37 % des entreprises de 250 salariés et plus déclarent utiliser l'IA, contre moins de 20 % de celles de quatre salariés ou moins [S5]. Ce dernier chiffre vient du résumé de la page, pas d'une citation exacte. Fiez-vous à l'ordre de grandeur, pas à la décimale [S5].

Sur les effets, une étude du NBER auprès de dirigeants américains conclut que les gains de productivité perçus dépassent les gains mesurés, probablement parce que les revenus se réalisent avec un décalage [S6]. L'échantillon compte surtout de grandes entreprises, et rien ne dit que les PME françaises vivent le même décalage [S6]. À court terme, la même étude ne voit guère de baisse de l'emploi au total. Elle voit une recomposition du travail : moins de fonctions administratives routinières, plus de demande pour des profils techniques qualifiés [S7]. Ce sont des anticipations de dirigeants, sur un horizon court, et la recomposition est tirée d'un résumé [S7]. Rien sur les prix des prestations. Rien sur les marges.

Point commun de ces données : elles mesurent l'adoption, rarement le prix et la marge. C'est pourtant là que se joue votre modèle économique.

---

## Le mécanisme économique : qui capte le gain

Un outil réduit le temps nécessaire pour produire un livrable. Trois acteurs peuvent récupérer l'écart.

**Le client.** S'il comprend que la prestation demande moins de temps, il renégocie le prix. C'est le mécanisme le plus rapide pour les prestations facturées au temps passé : le temps se voit, et l'outil est à la portée de tous.

**Le prestataire, donc vous ou vos concurrents.** Vous gardez le prix, vous réduisez le temps : la marge monte. Cela tient tant que les concurrents ne baissent pas leurs tarifs et que le client ne s'en aperçoit pas. Dans un marché où l'information circule, cela ne dure pas.

**L'éditeur de l'outil.** Il facture un abonnement ou un usage. Si l'outil devient indispensable à votre production, une partie du gain lui revient par le prix de la licence. Ce prix, vous ne le fixez pas.

Tout dépend de ce que le client achète. S'il achète un résultat (un dossier conforme, un site en ligne, une paie exacte), il accepte mieux que vous gagniez en efficacité. S'il achète des heures, il voit l'économie et la réclame. Le constat de la Banque de France, des effets encore limités, n'annule pas cette logique : le mouvement est en cours, et les effets attendus à trois ans sont plus larges [S3].

Un exemple connu, donné pour comparer et non pour prouver. La photo numérique a été inventée chez Kodak en 1975, et l'entreprise a déposé le bilan en janvier 2012. Le point comparable : détenir une technologie et hésiter à bousculer son cœur de métier, ici la facturation au temps. La différence : une PME n'est pas dans la position de Kodak, et nous ne réduisons pas cette histoire à un aveuglement.

---

## Une grille pour situer votre offre

Prenez vos offres principales, une par une, et répondez à cinq questions.

1. **Unité de facturation.** Heures, jours, forfait ou résultat ? Plus vous êtes près de l'heure, plus vous êtes exposé.
2. **Part de gestes de bureau.** Quelle part du livrable consiste à rédiger, résumer ou convertir un document ? C'est là que l'IA générative est la plus efficace.
3. **Responsabilité.** Qui répond d'une erreur ? Si c'est vous, la relecture humaine reste un coût, et aussi une valeur : elle protège votre prix.
4. **Savoir propre.** Le livrable repose-t-il sur des données, une méthode ou une relation que l'outil n'a pas ? Plus c'est le cas, plus votre offre résiste à la copie.
5. **Visibilité pour le client.** Le client voit-il le travail, ou seulement le résultat ? Ce qu'il ne voit pas se défend mieux au forfait.

Pour lire vos réponses. Si plusieurs tombent du côté « heures, gestes de bureau, peu de savoir propre », l'offre est exposée sur le prix. Si plusieurs tombent du côté « résultat, responsabilité, savoir propre », l'offre peut absorber le gain sans le rendre. La grille ne donne pas de score. Elle met vos questions dans l'ordre. Les postes et métiers concernés sont traités à part, sur la page consacrée aux métiers menacés (ia.consulting/fr/ia-pme/modele-economique/activites-menacees/).

### Un exemple chiffré en hypothèse

Cas construit : une agence de communication de quarante personnes, près de Lyon, facture au temps passé ses comptes rendus et ses déclinaisons de contenu. Hypothèse, non sourcée : une déclinaison demande huit heures, facturées quatre-vingts euros de l'heure, soit six cent quarante euros. Supposons qu'un outil ramène ce travail à trois heures, relecture comprise.

Trois issues possibles. Le client, informé, demande une facture à trois heures, soit deux cent quarante euros : l'agence perd quatre cents euros de chiffre d'affaires par déclinaison. Deuxième issue : l'agence garde son prix de six cent quarante euros, et la marge monte, jusqu'au jour où un concurrent affiche un forfait plus bas. Troisième issue : l'agence remplace l'heure par un forfait « déclinaison livrée et validée », fixe un prix entre les deux et vend plus de déclinaisons avec la même équipe.

Cet exemple ne prédit rien. Il montre qu'une même économie de temps mène à trois résultats selon l'unité de facturation. La décision porte sur l'offre. L'outil vient après.

---

## Inconvénients et risques, côté dirigeant

On présente souvent les inconvénients de l'IA comme des débats éthiques généraux. Pour une PME, ce sont des risques économiques, avec un coût.

- **Dépendance.** Votre production repose sur un outil dont un tiers fixe le prix, les limites et les conditions. Prévoyez un plan de repli, et ne bâtissez pas tout un processus sur un seul fournisseur.
- **Prix.** Les tarifs d'abonnement ou d'usage peuvent changer. Une marge calculée sur le tarif d'aujourd'hui n'est pas acquise.
- **Qualité.** Le modèle peut inventer un chiffre, une référence ou une clause. Sans relecture, l'erreur part chez le client, sous votre nom.
- **Responsabilité.** En cas d'erreur, c'est votre entreprise qui répond devant le client, et non l'éditeur de l'outil. Relisez vos contrats et votre assurance.
- **Confidentialité.** Des données clients saisies dans un outil grand public peuvent sortir de votre périmètre. Écrivez noir sur blanc ce qui peut y entrer.
- **Régulation.** Le droit européen encadre l'usage de l'IA et celui des données personnelles. Les obligations varient selon l'usage. Sur ce point, un avis juridique vaut mieux qu'une règle générale.
- **Perception.** Le NBER constate que les gains perçus dépassent les gains mesurés [S6]. Un dirigeant qui bâtit ses marges sur des gains ressentis plutôt que mesurés s'expose à une déception.

## Ce que les autres pages ne disent pas

Les pages qui répondent à « IA générative » expliquent la technique et listent des usages. Trois points qui touchent votre compte de résultat y restent peu traités.

Elles ne relient presque jamais l'outil à une unité de facturation. Or une heure gagnée n'a pas la même valeur dans une offre au forfait et dans une offre à l'heure.

Elles présentent les risques comme des questions de société, rarement comme des postes de coût : licence, relecture, assurance, perte de marge.

Elles s'appuient sur des chiffres anciens. Les mesures récentes donnent un tableau plus nuancé : adoption inégale selon la taille [S2], effets observés encore limités [S3], gains perçus supérieurs aux gains mesurés [S6].

## Le dossier comme parcours

Cette page ouvre le dossier sur l'impact de l'IA sur les modèles économiques des PME. Le parcours se lit dans cet ordre.

1. Vous êtes ici : la définition, les données, la grille pour relire votre offre.
2. La page sur les métiers menacés (ia.consulting/fr/ia-pme/modele-economique/activites-menacees/) : à lire si votre question porte sur les postes et les fonctions plutôt que sur le prix de vos prestations. Elle précise ce que la recomposition du travail veut dire pour une équipe de PME.
3. Le guide du dossier (ia.consulting/fr/ia-pme/) : à ouvrir pour voir les grandes menaces, les routes de décision et la façon de lire le site selon votre situation.

Les sujets voisins ont chacun leur page ailleurs sur le site : les outils et leurs abonnements, le calcul du retour sur investissement.

## La question suivante

Si votre grille montre une offre exposée, le choix de l'outil peut attendre. La question utile porte sur votre équipe : quels postes touchent aux gestes de bureau que l'outil sait faire, et comment les faire évoluer sans les perdre ? La page sur les métiers menacés (ia.consulting/fr/ia-pme/modele-economique/activites-menacees/) y répond, avec les limites des données disponibles. Si vous voulez d'abord une vue d'ensemble des risques avant de choisir une route, le guide du dossier (ia.consulting/fr/ia-pme/) les classe et vous renvoie vers la bonne page.

Cette page ne promet aucun résultat. Elle pose le problème avant tout achat : à quelle unité facturez-vous, et qui gardera l'écart demain ?

Une fois votre exposition cartographiée, reste une décision : quel processus confier d'abord à l'IA, sans arrêter l'activité ? Le dossier sur l'automatisation IA en PME : par où commencer

(ia.consulting/fr/ia-pme/premiers-pas/) propose une grille pour choisir ce premier processus, et un essai cadré sur trente jours.

---

## Sources


- **S1** · Insee (Insee Première), juillet 2026. https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878 (https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878)
- **S2** · Insee (Insee Première), juillet 2026. https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878 (https://www.insee.fr/fr/statistiques/9025878)
- **S3** · Banque de France, septembre 2026. https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/lia-sinstalle-dans-les-entreprises-francaises-une-diffusion-rapide-mais-des-gains-de-productivite (https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/lia-sinstalle-dans-les-entreprises-francaises-une-diffusion-rapide-mais-des-gains-de-productivite)
- **S4** · Federal Reserve Board (FEDS Notes), avril 2026. https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/monitoring-ai-adoption-in-the-u-s-economy-20260403.html (https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/monitoring-ai-adoption-in-the-u-s-economy-20260403.html)
- **S5** · U.S. Census Bureau, mai 2026. https://census.gov/library/stories/2026/05/ai-use-businesses.html (https://census.gov/library/stories/2026/05/ai-use-businesses.html)
- **S6** · NBER (Working Paper 34984, Baslandze et al.), mars 2026. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w34984/w34984.pdf (https://www.nber.org/system/files/working_papers/w34984/w34984.pdf)
- **S7** · NBER (Working Paper 34984, Baslandze et al.), mars 2026. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w34984/w34984.pdf (https://www.nber.org/system/files/working_papers/w34984/w34984.pdf)





PUBLIÉ SOUS LA RESPONSABILITÉ DE

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