

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY **JF**
D

L'IA : véritable facteur de progrès ou vecteur d'inégalités ?

13e étude annuelle JFD

Février 2025

Édito

2023 a marqué un tournant dans l'intelligence artificielle mettant dans les mains du grand public des outils accessibles à tous.

2025 nous promet être pleine de rebondissements avec des technologies et des usages qui progressent de plus en plus vite, un monde qui se multipolarise, chacun se concentrant sur son territoire, une potentielle concentration de gros acteurs, la disparition d'acteurs prometteurs, un sujet réglementaire épineux....

Si la bataille sur les **Large Language Models** (LLMs) semble compliquée à gagner côté européen, l'enjeu de leur utilisation pour les entreprises européennes **au bénéfice de la transformation** de leur activité et de leur secteur est majeur.

A travers ce baromètre, nous cherchons à mesurer en quoi l'intelligence artificielle peut être un **réel facteur de progrès** si les entreprises s'en saisissent de la bonne façon. Par progrès, on entend contribuer de manière significative à améliorer divers aspects de la vie humaine, des sociétés ou de l'environnement, tout en respectant des principes éthiques.

Pour cette raison, nous avons défini **cinq piliers** afin de mesurer les progrès de manière multidimensionnelle et de réfléchir à ce qui doit évoluer pour que les entreprises européennes s'approprient pleinement le sujet et développent ou utilisent l'IA de manière responsable et efficace.

Pour cette première partie de l'étude, nous approfondissons **deux piliers** : l'inclusion des femmes dans l'IA et l'utilisation de l'IA par les entreprises au service d'une véritable transformation de leur secteur.



**Delphine
Remy-Boutang**
Fondatrice & CEO
JFD



**Jean-Christophe
Liaubet**
Associé
EY Fabernovel



**Caroline
Martin**
Associée
EY Fabernovel



« L'intelligence artificielle incarne une vision du monde. En France et en Europe, nous défendons **une IA au service de tous**.

Le sommet pour l'action sur l'IA 2025 est une opportunité unique de rallier le monde à cette vision."



Clara Chappaz

Ministre de l'Intelligence artificielle et de l'Économie numérique en France



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Étude

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF&D

Executive summary

Les femmes restent **fortement sous-représentées** dans l'écosystème de l'IA, ne représentant que **26,3 % de la main-d'œuvre IA en Europe** et **22 % à l'échelle mondiale**.

Les rôles de leadership reflètent ces mêmes disparités, avec seulement **29 % des responsables de départements IA** dans les entreprises européennes étant des femmes. En matière d'adoption de l'IA, l'écart persiste : à l'échelle mondiale, les femmes ne représentent que **33 % des utilisateurs de ChatGPT**.

Il ne s'agit pas seulement d'une question d'équité, mais d'un **défi structurel et technique** aux implications sociétales majeures. Le manque de diversité dans le développement de l'IA **renforce les biais**, perpétue les stéréotypes et freine l'innovation. Tout aussi essentielle est l'adoption de l'IA : si les femmes ne s'y impliquent pas activement, elles risquent d'être laissées pour compte, **creusant encore davantage l'écart entre les genres** dans le monde professionnel.

Pourtant, malgré ces défis, **un océan bleu d'opportunités** s'ouvre aux femmes à **l'intersection de la technologie et du business**.

De manière encourageante, de nombreuses **entreprises et startups** fondées ou dirigées par des femmes sont en train de changer la donne. Elles **façonnent l'avenir de l'IA** en développant des solutions innovantes, en intégrant l'IA dans leurs activités et en formant leurs collaborateurs à évoluer dans cet écosystème en pleine transformation.

Des initiatives comme "**les Margaret**", portée par **JFD**, **seul prix tech féminin** placé sous le **Haut Patronage du Président de la République**, célèbrent chaque année des femmes entrepreneures, intrapreneures et des jeunes filles, ouvrant la voie à un avenir plus inclusif, innovant et impartial.

Méthodologie

Réalisation d'entretiens qualitatifs

avec plus de 20 cadres dirigeants, experts et directeurs techniques.

Administration d'une enquête quantitative

auprès de 400+ cadres dirigeants européens travaillant dans des entreprises de plus de 250 employés ayant une bonne vision de l'IA dans leur entreprise.

Organisation de trois comités de rédaction

avec nos partenaires stratégiques pour échanger des idées, remettre en question les perspectives et recueillir des informations précieuses.

Recherches documentaires,

analyse de contenus existants (études, articles, podcasts, etc.) et benchmark de projets d'IA transformants.

En collaboration avec

opinionway

Une ambition européenne et multisectorielle

Pays



France



Italie



Royaume-Uni



Espagne



Allemagne



Suède



Pays-Bas



Irlande

Secteurs



Grande consommation



Banque, Finance &
Assurance



Divertissement, Médias,
Télécommunications



Services Tech



Industrie
pharmaceutique



Industrie de l'automobile
et des transports



Transports, services
publics et services
environnementaux



Éducation

Cette étude se concentre sur deux des cinq piliers de notre baromètre

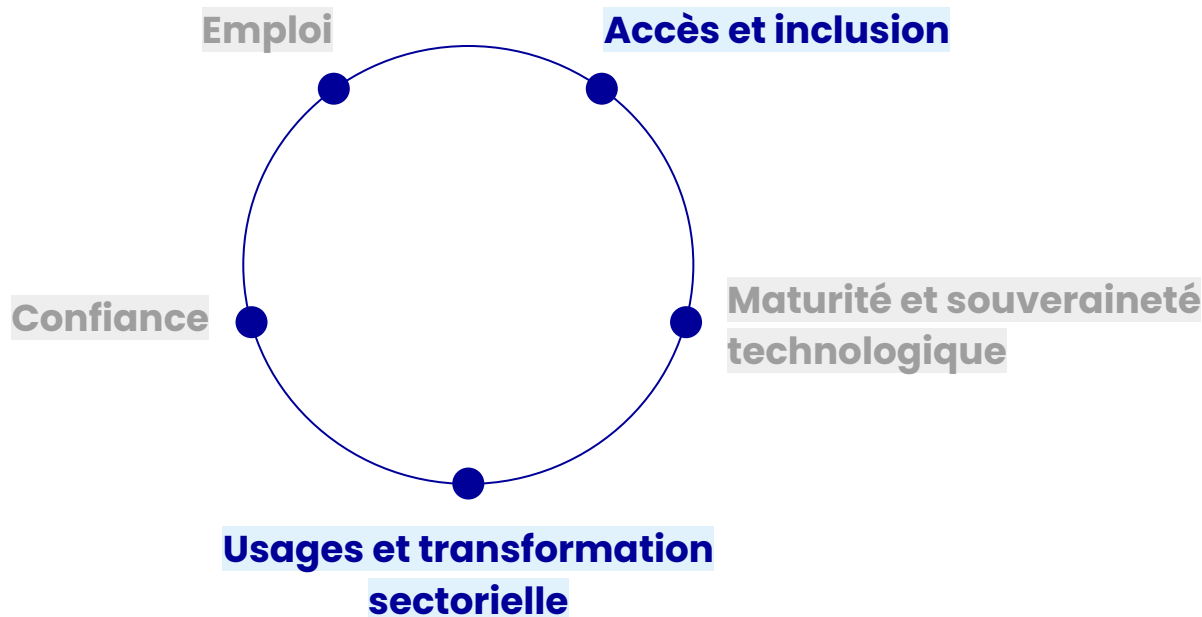


Table des matières

1

Femmes et IA

Où en sommes nous ?

2

Société et IA

Comment l'IA peut-elle être un levier d'innovation pour les secteurs ?

3

Actions

Quelles actions concrètes pouvons-nous entreprendre pour rendre l'IA plus inclusive et responsable ?

Femmes et IA

Où en sommes nous ?

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D

1



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Les femmes dans la tech : un héritage d'innovation

Il y a toujours eu des femmes dans le domaine de la technologie. Cependant, malgré leurs réalisations historiques, le rôle des femmes dans l'élaboration de la technologie reste sous-estimé. Leurs contributions sont souvent invisibles dans les récits dominants.



Anne L'Huillier

physicienne connue pour ses travaux pionniers en physique ultrarapide à l'échelle de l'attoseconde, qui lui ont valu le prix Nobel de physique 2023.

France, Suède



Margaret Hamilton

a joué un rôle central dans le succès des missions Apollo de la NASA grâce à sa programmation.

États-Unis

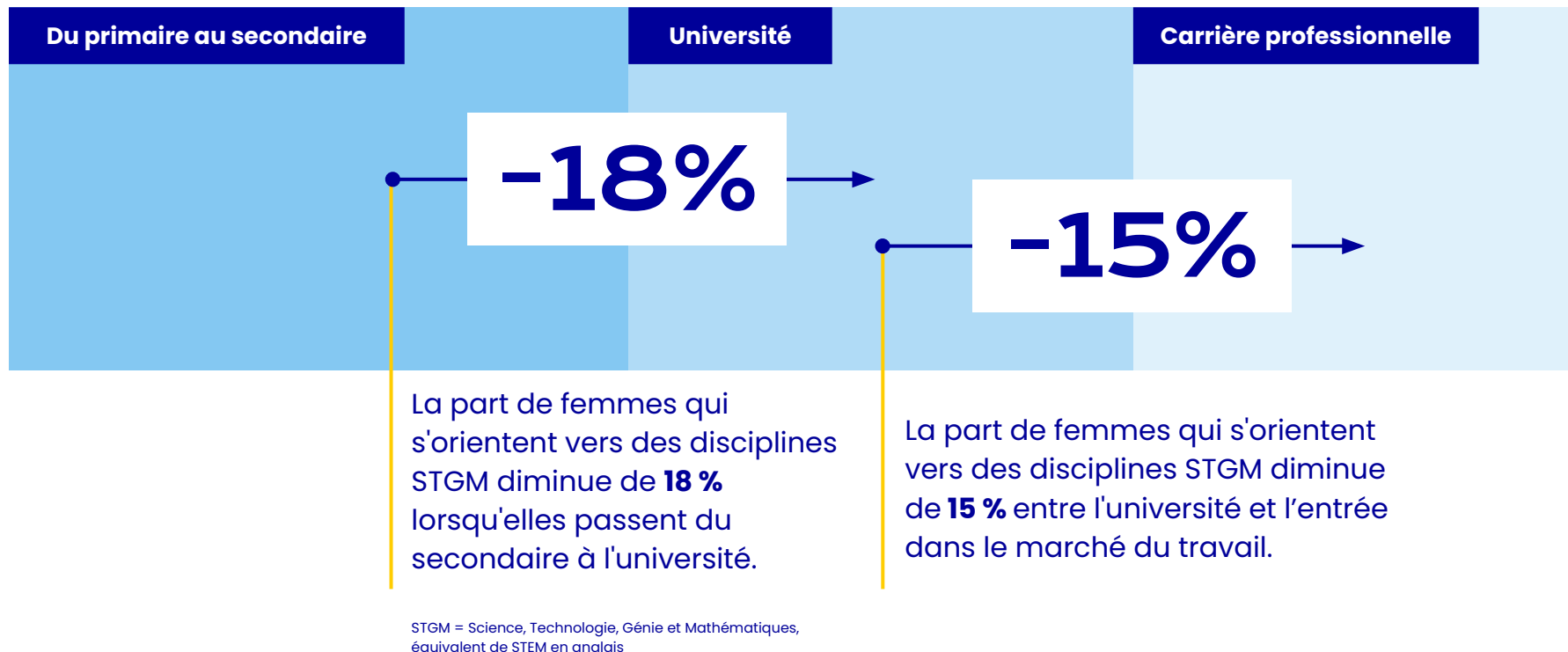


Hedy Lamarr

Actrice et inventrice qui a co-développé la technologie de saut de fréquence, qui a ensuite contribué au développement du WiFi, du Bluetooth et du GPS

Autriche, États-Unis

Le déclin des femmes dans la Tech s'amorce lors de transitions critiques



Source : McKinsey x Eightfold AI 2022

moins
de**45%** 

des élèves de filières scientifiques en France sont des filles, revenant à son niveau le plus bas depuis 2002.

La réforme du baccalauréat de 2021 a creusé l'écart entre les filles et les garçons, diminuant le nombre de filles dans les filières scientifiques de plus d'un quart **(28 %)**.

La différenciation genrée est véhiculée **avant l'âge de 7 ans**. Il y a un vrai problème avec le **«marketing» des mathématiques et des** matières scientifiques pour les filles.

82%

des femmes ont déclaré avoir été confrontées à des stéréotypes de genre pendant leur éducation :

- **64 %** ont été orientées vers des études en sciences humaines
- **44 %** ont été jugées moins compétentes que les garçons en mathématiques
- **21 %** ont été explicitement découragées de suivre cette voie par les enseignants et les parents.

....même si **88 %** ont déclaré que les mathématiques et les sciences faisaient partie de leurs matières préférées.

Source: Maths & Sciences 2022, Elles bougent x Opinion Way 2024



«Il faut former les imaginaires des enfants, notamment des petites filles, à l'IA et la robotique dès l'école primaire, après c'est déjà trop tard.»




Laurence Devillers

Professeur d'IA et d'éthique, Université Paris-Sorbonne
Chercheur, Laboratoire d'informatique pour les sciences de la mécanique et de l'ingénieur (LIMSI) CNRS

35.8% 

des diplômés en STGM en Europe sont des femmes.

L'Europe de l'Ouest enregistre les taux les plus bas, tandis que le reste de l'Europe, en particulier les pays de l'Est et des Balkans, affichent des chiffres nettement plus élevés : Serbie **48,2 %**, Albanie **44,8 %**, Roumanie **42,5 %**, Pologne **41,1 %**, Grèce **40,7 %** et Estonie **40,1 %**.

 Les femmes ne représentent que 10% des étudiants d'Epitech.

%

des femmes diplômées en STGM :

**42.6%****39%****40,5 %** (2019)**27.6%****27.8%****37.1%****33.1%****35.8%**

22% 

À l'échelle mondiale, les femmes représentent 22 % des effectifs travaillant dans l'IA*, 12 % des chercheurs en IA et moins de 14 % des postes de direction dans le domaine de l'IA.

26.3% 

Dans l'Union européenne, les femmes représentent 26,3 % des effectifs travaillant dans l'IA*.

Bien que l'Europe ait réduit de 75% son écart global entre les genres, avec des pays comme la Suède et l'Allemagne figurant parmi les cinq premières économies européennes en la matière, ces avancées ne se reflètent pas dans leur main-d'œuvre IA.

Source : McKinsey x Eightfold AI 2022, Revelio Labs 2024,
Forum économique mondial 2022, LinkedIn L'IA dans l'UE 2024

%

des femmes dans les effectifs IA en Europe :



25%



30.9%



24.1%



22.7%



20.3%



22.4%



25.9%



24.1%

*Les effectifs travaillant dans l'IA comprennent des rôles techniques et non techniques

Du primaire au secondaire

Université

Carrière professionnelle

Entreprises et startups

65%

des entreprises
répondantes ont un
**responsable IA au sein du
Comité exécutif***

29%

des responsables IA sont
des **femmes***

Recherche

12%

des **chercheurs en IA**
dans le monde sont des
femmes

13.3%

des **directeurs des
départements de
recherche en IA** en Europe
sont des femmes

Visibilité

30%

de femmes **intervenantes
lors des grands
événements autour de l'IA**
en Europe

Source : analyse EY Fabernovel, *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway – 400 répondants – 8 pays

Les GAFA n'échappent pas à la règle

	Google	Apple	Meta	Amazon
Femmes employées dans le monde	34%	35%	37%	45%
Femmes dans les métiers de la tech	25%	24%	25%	N/A
Femmes dans le personnel de recherche en IA	10%	N/A	15%	N/A
Femmes dans des rôles non techniques	53%	44%	60%	N/A

Source : Diversity Reports – Apple 2022, Facebook 2022, Google 2024, Amazon 2024, UNESCO 2024

La présence des femmes dans l'IA est cruciale

La sous-représentation des femmes dans l'IA n'est pas seulement une question d'équité, mais aussi un **problème structurel et technique** aux conséquences importantes pour notre société.

Quelques exemples de résultats problématiques dus aux biais

Stable Diffusion

Lorsque l'on demande à l'outil d'IA Générative Stable Diffusion de produire des images de juges, **seulement 3 % des images générées par l'IA représentent des femmes** alors que les femmes représentent en réalité 35 à 40 % des juges aux États-Unis. Les résultats mettent en évidence une vision stéréotypée du monde.

Amazon

Amazon disposait d'un outil de recrutement alimenté par IA qui **favorisait systématiquement les CV masculins** en raison d'un biais intégré dans le système, basé sur des données historiques reflétant un modèle d'embauche dominé par les hommes.

Apple

La première application Santé d'Apple, lancée en 2014, **n'incluait pas de suivi menstruel**, la rendant ainsi inadaptée à la moitié de sa base d'utilisateurs. Cette omission a suscité des critiques et a conduit Apple à intégrer le suivi du cycle menstruel dans une mise à jour ultérieure, un an après son lancement initial.

Source : L. Nicoletti - Bloomberg 2023

Il existe deux catégories de biais

Techniques

résultent de problèmes tels que des jeux de données de **faible qualité** ou des données **ne représentant pas fidèlement la réalité**.

Sociétaux

enracinées dans notre vision du monde (**biais cognitifs ou émotionnels**).

Source: Institut Montaigne Contrôle des biais svp 2023

Bias in, Bias out : la sous-représentation des femmes dans l'IA amplifie les biais

De tels exemples montrent comment l'absence de perspectives diverses dans le développement et la présence de données biaisées conduisent à des outils qui **reproduisent et perpétuent** les stéréotypes et inégalités existants dans notre société, exacerbant les disparités de genre.

Le fait qu'il y ait plus d'hommes dans les équipes responsables de la conception, du développement et de l'entraînement des IA introduit inévitablement des biais dans les résultats, même de manière **inconsciente**. Une question clé ici est : qui est responsable de la correction de ces biais ? Devons-nous promouvoir des IA qui déconstruisent activement les biais dans la société, ou devons-nous les laisser simplement reproduire les biais existants ?

Pour aller plus loin, à mesure que les modèles d'IA générative s'améliorent, les images générées deviennent de plus en plus difficiles à distinguer des vraies images. Si ces images biaisées sont ré-utilisées comme données d'entraînement, les modèles futurs pourraient devenir encore plus biaisés, créant un **effet boule de neige** avec des conséquences sociétales importantes.

Source : L. Nicoletti - Bloomberg 2023

Le « **coded gaze** » – un terme créé par Joy Buolamwini – décrit comment les valeurs, les hypothèses et les préjugés des développeurs sont intégrés dans le code. Il est dérivé du terme « male gaze », une représentation du monde créé par les hommes, pour les hommes.



Dr. Joy Buolamwini,
Chercheur en IA au MIT
Auteur - Unmasking AI
Fondatrice et artiste en chef
- The Algorithmic Justice League

L'adoption de l'IA par les femmes est essentielle

La conception de l'IA n'est qu'une partie de l'équation ; **Apprendre à l'utiliser** efficacement est tout aussi crucial pour en tirer parti.

Maîtriser l'IA pour éviter de creuser l'écart entre les genres

L'IA a le potentiel de transformer les industries, de résoudre des problèmes complexes et de stimuler l'innovation. Mais, en l'absence d'une adoption et d'une compréhension généralisées, ses avantages risquent d'être **limités à quelques personnes privilégiées**.

L'IA n'est pas réservée aux ingénieurs et aux experts en technologie. C'est un outil qui peut être utilisé par tout le monde. Par conséquent, il est crucial pour les femmes d'apprendre à exploiter efficacement l'IA, même si elles ne travaillent pas dans des rôles techniques.

Dans un monde où la technologie est de plus en plus au cœur de la réussite, apprendre à naviguer dans l'IA n'est plus une option pour les femmes, c'est devenu **essentiel**. Si les femmes n'apprennent pas à utiliser et à comprendre cette technologie, elles risquent de passer à côté des opportunités que l'IA peut offrir et d'être laissées pour compte, ce qui creusera encore plus **l'écart entre les genres** dans le monde professionnel.

Source : Banque mondiale 2024, Censuwide 2024

À l'échelle mondiale, ChatGPT compte **33% d'utilisatrices**.

En France, 45 % des répondants à une étude sur l'utilisation de l'IA déclarent utiliser l'IA au moins une fois par semaine. Parmi eux, **les hommes l'utilisent plus fréquemment que les femmes**, avec **53%** contre **40%**, respectivement.



« À mesure que l'IA gagnera du terrain, les compétences comportementales ou **“soft skills”** deviendront de plus en plus cruciales. »



Fabienne Arata-Camps
Country Manager
LinkedIn France

Les professions liées à l'IA vont au-delà des rôles techniques

IA

Rôles techniques

- Data Architect
- Data Analyste
- Data Scientist
- Data Engineer
- Machine Learning Engineer
- Analytics Engineer
- ...

Rôles non techniques

- Chef de projet IA
- Spécialiste éthique
- Consultant IA
- Product Owner
- Scrum Master
- Prompt Engineer
- DPO
- ...

L'ingénieur en IA représente la fonction émergente la plus répandue dans le monde, apparaissant dans plus de 2/3 des listes des métiers en croissance. Il occupe le 1er rang aux États-Unis, aux Pays-Bas, à Singapour et au Royaume-Uni.

Les fonctions de « **Responsable IA** » ont triplé ces cinq dernières années à l'échelle mondiale, tandis que les offres d'emploi mentionnant l'IA ont plus que doublé depuis deux ans - et presque triplé en France.

Les soft skills tels que le management, la communication et le travail d'équipe se classent dans le top 5 des compétences les plus recherchées en France
Source : LinkedIn 2025



« Les femmes qui réussiront dans l'IA et feront partie de la révolution de ce siècle sont celles qui sauront **faire le lien entre la technologie et le business.**

C'est l'océan bleu de l'IA : un vaste espace rempli d'opportunités qui attendent d'être saisies par les femmes. »



Delphine Remy-Boutang

Fondatrice et CEO

JFD – Join Forces & Dare

Société et IA

Comment l'IA peut-elle
être un levier d'innovation
pour les secteurs ?

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D

2



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Un puissant levier de réinvention de l'entreprise, qui donne déjà des résultats révolutionnaires

Parmi les répondants de notre enquête avec Opinionway :

95%

déclarent que l'IA est susceptible de transformer leur **secteur**

93%

estiment que l'IA est susceptible de transformer leur **entreprise**

80%

estiment que l'IA a **déjà transformé** leur **entreprise**

99%

ont investi dans l'IA

Parmi eux :

- **40%** ont alloué entre 1 et 5% de leur chiffre d'affaires à l'IA
- **33%** ont alloué entre 6 et 10% de leur chiffre d'affaires à l'IA

88%

augmenteront leurs investissements dans l'IA au cours des 12 prochains mois

Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway – 400 répondants (entreprises >250 salariés) – 8 pays



« Alors que l'intelligence artificielle redessine les contours de notre société, la place des femmes dans ce domaine reste une question cruciale. Bien qu'encore sous-représentées, elles jouent un rôle clé dans la construction d'une **innovation inclusive et durable.** »



Julie Huguet

Directrice générale de la Mission French Tech
Ministère de l'Economie

Bien que la représentation des femmes dans le secteur de l'IA et les chiffres globaux ne soient pas aussi hauts qu'on pourrait l'espérer, il existe fort heureusement des **organisations inspirantes qui réalisent des progrès notables** dans ce domaine.

Bon nombre de ces organisations sont dirigées par des femmes, **qui s'engagent activement dans les technologies d'IA, expérimentent** des solutions novatrices et **forment leurs employés** à comprendre et à relever les défis et les possibilités qu'offrent ces nouvelles technologies.

Voyons de plus près, secteur par secteur, comment ces progrès prennent forme.

Banque, Finance & Assurance

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



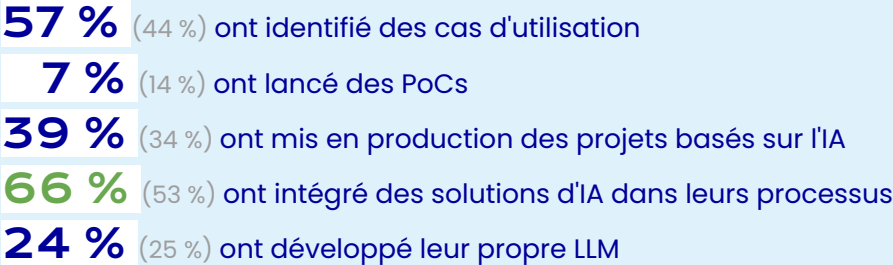
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

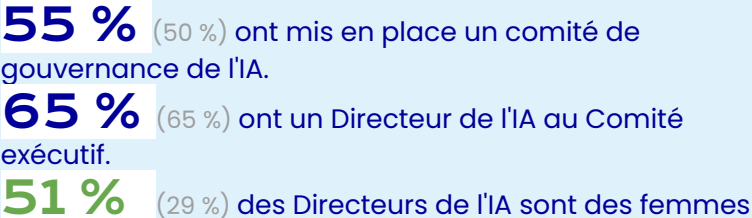
Niveau de maturité



Adoption

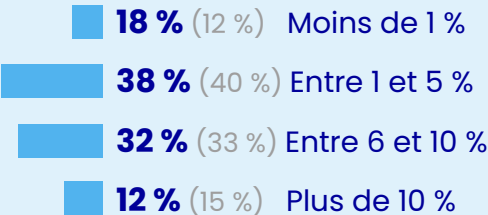


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« Chez Allianz France, nous croyons fermement que la parité et l'IA sont des **leviers essentiels d'innovation**. En s'alliant avec JFD et en collaborant sur ce premier Baromètre Européen de l'IA, nous renforçons notre engagement à promouvoir les talents féminins. Nous contribuons ainsi à façonner un secteur de l'assurance plus inclusif et à la pointe de l'innovation. »



Isabelle Hébert

Membre du Comité Exécutif
en charge de la Data, Engagement, Marketing and Stratégie
Allianz

Allianz place stratégiquement les données et l'IA au cœur de la transformation de leur entreprise

En tant qu'actif central de son cœur de métier en assurance, Allianz exploite les données depuis longtemps. En 2017, ils ont créé une division Data & IA, convaincus que les données et l'IA sont des leviers de transformation réelle et impactent toutes les étapes de la chaîne de valeur, contribuant ainsi à **l'excellence commerciale, technique et opérationnelle**.

L'équipe Data & AI est centralisée à Paris, à proximité de la Direction Générale d'Allianz, avec une approche transverse et orientée solutions. À ce jour, **7 des 20 membres** de l'équipe Data & IA sont des femmes, occupant principalement des postes de direction.

Allianz accorde également **de l'importance à la formation sur l'IA**, non seulement pour ses experts techniques, mais aussi pour tous les membres de l'organisation. « L'IA est pour ceux qui la conçoivent ET pour ceux qui l'utilisent. » 30 scientifiques non IA reçoivent chaque année **200h de formation** pour bénéficier de l'IA dans leur rôle actuel. En matière de gouvernance, Allianz s'est doté d'une **charte des données** et de deux comités clés : le **Comité d'utilisation responsable des données** et le **Comité de conformité des algorithmes**, tous deux consultés tout au long du processus de développement des projets d'IA.

Cas d'usage

Ask Forensic –

Détection des fraudes dans le traitement des réclamations

Le traitement des réclamations s'appuie fortement sur des preuves photographiques pour évaluer les dommages et valider les réclamations. Avec l'essor du contenu généré par l'IA et des outils avancés de retouche d'images, les réclamations frauduleuses sont devenues plus sophistiquées et plus difficiles à détecter.

Allianz a développé Ask Forensic, un outil d'IA permettant d'analyser chaque photo et de signaler toute anomalie suspecte. L'outil peut détecter les images générées ou modifiées par l'IA, identifier les photos précédemment utilisées dans des réclamations antérieures, s'assurer que l'image ne provient pas de Google et valider la cohérence des métadonnées telles que la localisation GPS et les horodatages.



« L'IA offre de nouvelles opportunités en matière de couverture des produits, mais aussi et surtout, de nouvelles solutions pour améliorer l'expérience client grâce à la simplification et à la personnalisation, aussi bien pour les clients internes qu'externes. »



Laurence Bronner
Chief of staff to the Head of Data, Engagement, Marketing & Strategy, Allianz



Mélanie Conrard
Brand Partnerships Manager, Allianz



« Les métiers du financement et de la prédiction de performances adoptent à une vitesse folle ces nouvelles technologies. Il faut donc les **maîtriser** : se laisser dépasser n'est pas une option ! »



Domitille Doat

Chief Digital and Information Officer
Eurazeo

Eurazeo adopte une approche à l'IA axée sur la scalabilité afin de générer de la création de valeur

Depuis 18 à 24 mois, **la création de valeur par l'IA** est une priorité pour Eurazeo. Pour Eurazeo, l'IA ne révolutionnera pas le sourcing ou la notation des transactions, mais changera radicalement les relations avec les LP et les opérations de fonds.

Eurazeo a développé une plateforme avec différentes fonctionnalités pour exploiter l'IA et automatiser les processus, notamment : Questionnaires LP, Side Letter LPA, Résumé de documents et Détection d'anomalies (à venir). Eurazeo a intégré un **indicateur de consommation carbone** sur sa plateforme d'IA afin de sensibiliser à l'empreinte carbone de ces outils.

10 des entreprises en LBO sur 80 sont en train de mener d'importantes transformations basées sur l'IA. Le **rôle du CTO** est crucial dans la création de valeur et l'assurance de la scalabilité, en pilotant ces transformations. Une solide **acuité commerciale** est essentielle. La représentation des femmes dans les postes de leadership en IA et en tech reste néanmoins faible, en raison de barrières culturelles et systémiques limitant leur accès aux rôles de CTO.

Cas d'usage

Automatisation de l'analyse des questionnaires LP

En private equity, **les questionnaires Limited Partner (LP)** sont des outils essentiels pour évaluer la gestion des fonds et assurer la transparence opérationnelle. L'analyse des questionnaires LP prend beaucoup de temps. Chez Eurazeo, 30 collaborateurs étaient auparavant dédiés à cette tâche.

Eurazeo a maintenant mis en place une solution basée sur l'IA pour absorber, vectoriser, anonymiser et traiter les questionnaires LP, réduisant ainsi le nombre d'analystes nécessaires à cette tâche de **30 à 2**. La technologie s'appuie sur différents LLM : Claude et Mistral, avec des plans pour tester également des modèles OpenAI. La solution est disponible en **marque blanche** pour d'autres fonds.



« La création de valeur nécessite à la fois une expertise technique et une acuité commerciale – c'est un levier clé pour que les femmes trouvent leur place dans la tech. »

Domitille Doat

Chief Digital and Information Officer, Eurazeo

Eléonore Crespo a cofondé Pigment pour transformer la planification d'entreprise



2019

> valorisation
de 1 milliard de
dollars

<https://www.pigment.com/>

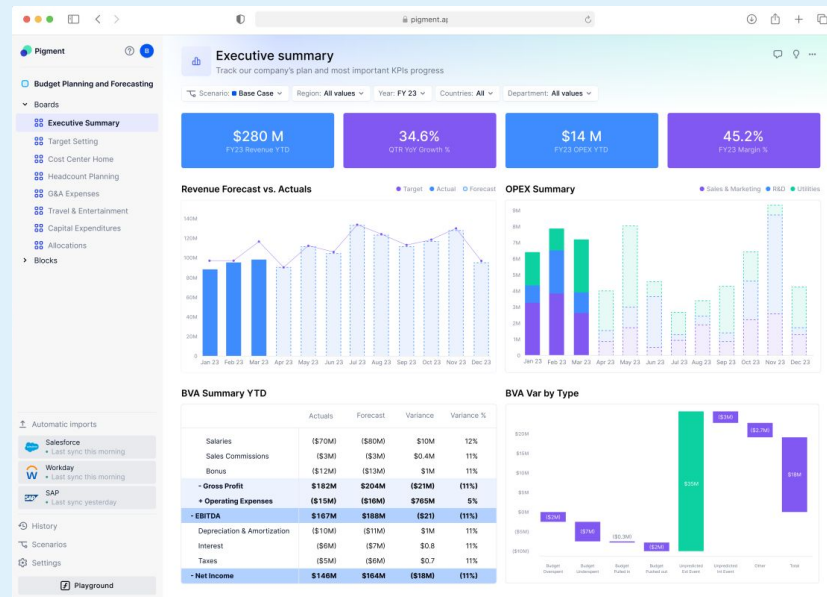
Pigment révolutionne la planification d'entreprise en fournissant aux entreprises une visualisation des données en temps réel, une modélisation de scénarios et des informations basées sur l'IA pour améliorer la prise de décision.

Il s'agit d'un outil de planification d'entreprise flexible conçu pour que les directeurs financiers et les équipes financières puissent créer facilement des rapports et des budgets. Au-delà des équipes financières, Pigment aide également les équipes de vente à définir des quotas et à suivre les performances par rapport aux objectifs, tandis que les équipes RH peuvent l'utiliser pour faire évoluer la planification des effectifs en fonction des objectifs stratégiques et financiers.

En avril 2024, la société a levé 145 millions de dollars, portant sa valorisation à plus de 1 milliard de dollars.



Eléonore Crespo – Co-fondatrice et co-CEO, Pigment
Avant de lancer Pigment, Eléonore Crespo a travaillé chez Index Ventures et Google.



Joanne Safo a créé Lukango pour révolutionner l'accessibilité de l'assurance pour les TPE



2021

275 000 £ levés

<https://www.lukango.com/>

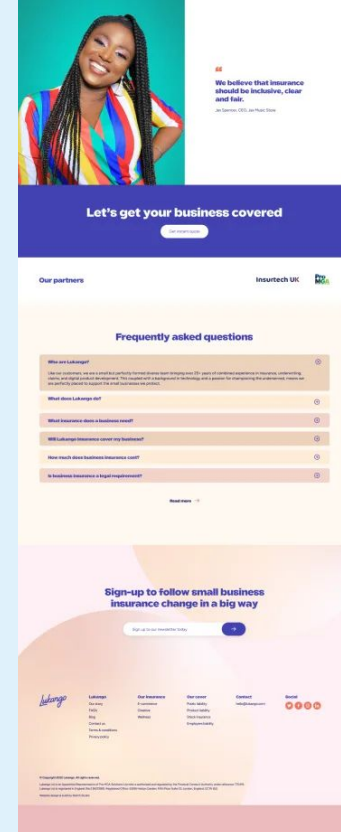
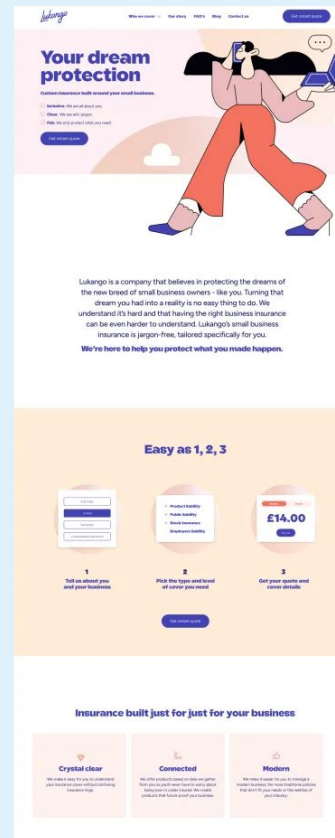
Lukango a été créé en réponse au manque d'options d'assurance inclusives et flexibles adaptées au paysage en évolution des micro-entreprises, des solopreneurs et des indépendants.

Lukango s'appuie sur la technologie, l'IA et l'analyse des données pour offrir une assurance personnalisée, flexible et facile à comprendre :

- Analyser les besoins de l'entreprise de manière dynamique.
- Recommander une couverture sur mesure en fonction de l'évolution des tendances.
- Fournir des explications claires et transparentes sur les conditions d'assurance.



Joanne Safo – Fondatrice et CEO, Lukango.
Expérimentée dans les domaines de l'assurance, de la gestion des risques et de la technologie, Joanne a levé 275 000 £ en financement pre-seed



Ghizlaine Amrani révolutionne l'intelligence économique en temps réel grâce à l'IA avec QuantCube



2013

Levée de fonds - **Série B**

<https://www.quant-cube.com/>

QuantCube est une startup spécialisée dans la fourniture d'analyses macroéconomiques avancées grâce à l'utilisation du Big Data et de l'intelligence artificielle.

QuantCube s'appuie sur une technologie d'IA sophistiquée et des capacités étendues de traitement des données pour fournir des informations macroéconomiques en temps réel. L'intelligence artificielle est exploitée à travers le :

- Traitement du langage naturel (NLP)
- Algorithmes d'apprentissage automatique
- Deep Learning pour l'analyse d'images
- Analyse de données géospatiales
- Calcul haute performance



Ghizlaine Amrani - Fondatrice et COO, QuantCube

Son expérience en psychothérapie et les connaissances qu'elle a acquises en IA et en analyse de données l'ont aidée à mettre en place et à développer des équipes diversifiées et inclusives.



Éducation

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Chiffres clés

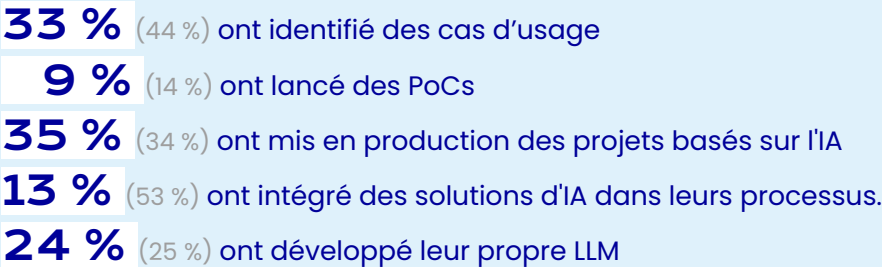
(moyenne du panel)

*Ces chiffres doivent être interprétés avec prudence en raison du nombre limité de répondants travaillant dans ce secteur.

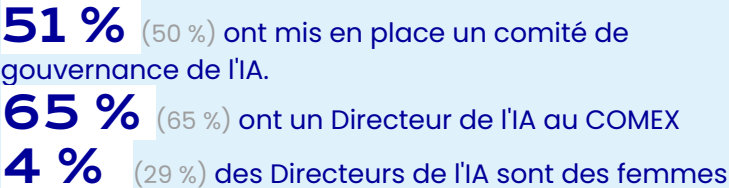
Niveau de maturité



Adoption

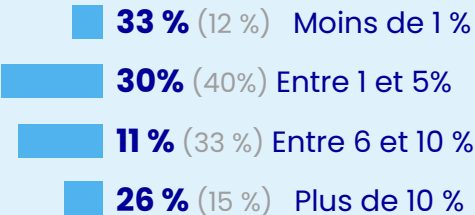


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« Je suis un modèle pour les femmes et les hommes. Je dois ma nomination à la tête d'Epitech à ma capacité à combiner **tech et business**, c'est pourquoi j'élargis également notre formation à l'IA pour accompagner les entreprises et leurs collaborateurs. »



Laura Hassan
Managing Director
Epitech

Epitech intègre l'IA dans sa pédagogie et renforce son programme de formation à l'IA pour les professionnels

Epitech **intègre l'IA** dans sa pédagogie, l'utilisant pour libérer les professeurs des tâches où leur expertise est moins essentielle, ce qui permet à l'école d'adapter efficacement sa vision.

L'école reconnaît que les biais dans l'IA restent un défi nécessitant une **réglementation** et s'appuie sur des méthodes d'atténuation, des partenariats publics et des processus rigoureux pour garantir transparence et conformité.

Sous la direction de Laura Hassan, première femme CEO d'Epitech, l'école s'engage fortement en faveur de l'égalité des genres, visant à faire passer le taux d'inscription des étudiantes **de 10 % à 30 %** d'ici 2030 grâce à des programmes de mentorat et de soutien. De plus, Epitech organise un programme de stages annuel pour 1 800 lycéens, garantissant la parité hommes-femmes, pour les initier aux carrières dans la tech et l'IA.

En tant que leader de l'IA et de l'éducation numérique en France, Epitech renforce ses **programmes de formation continue** en IA. L'école accompagne les entreprises et leurs collaborateurs dans le développement des compétences essentielles en IA, répondant ainsi à la demande croissante d'expertise en intelligence artificielle et en transformation numérique.

Cas d'usage

Epitech Bachelor Degree – Tech, Business & Management – un programme orienté business

Epitech a élargi son offre académique parallèlement à son Programme Grande École (PGE) avec 5 diplômes de Bachelor spécialisés, dont Tech, Business & Management.

Contrairement aux programmes d'informatique traditionnels, ce programme met l'accent sur l'exploitation de l'excellence technologique et de l'IA **au service de divers secteurs**, tels que la fintech, l'environnement et la transformation numérique. Ce changement de discours a attiré un bassin diversifié d'étudiants, notamment des **femmes**, désireuses d'explorer les innovations tech orientées business. Ce programme Epitech a atteint **30 % d'inscriptions d'étudiantes** en seulement deux ans.



« En tant qu'école pionnière, nous avons un rôle clé à jouer pour rendre les métiers de la tech plus inclusifs et accessibles. L'éducation est une réponse essentielle aux défis de diversité dans la Tech. Notre partenariat avec JFD traduit notre engagement à encourager plus de femmes à rejoindre les parcours d'Epitech et à leur fournir les outils nécessaires pour réussir dans des domaines en pleine évolution. »



Julien Perez
Program Director, "Artificial Intelligence and Pedagogy",
Epita & Epitech Lab

Alexia Kidemba a lancé IFWS pour rendre l'apprentissage des langues immersif



2024

Incubé chez
EuraTechnologies

<https://www.ifws.fr/>

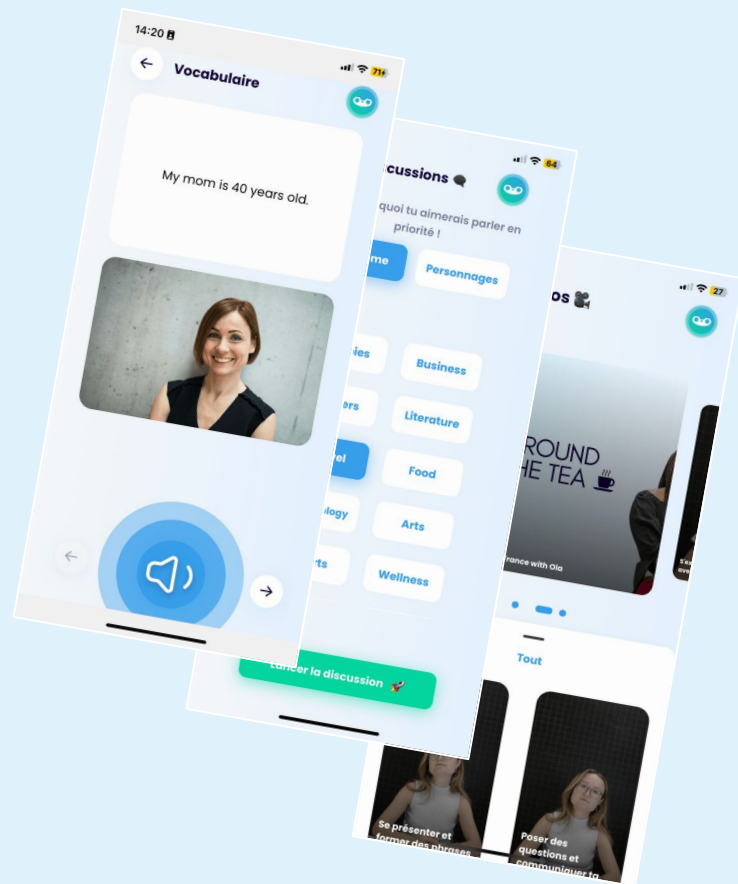
IFWS (In Foreign We Speak) est une application d'apprentissage des langues alimentée par l'IA conçue pour aider les utilisateurs à améliorer leurs compétences en anglais grâce à un apprentissage interactif et contextuel.

La solution offre une pratique instantanée de la conversation, des exercices de vocabulaire attrayants et des vidéos éducatives. L'intelligence artificielle est exploitée à travers :

- Traitement du langage naturel pour comprendre un texte humain
- Reconnaissance et synthèse vocales
- Algorithmes d'apprentissage automatique pour personnaliser les parcours d'apprentissage
- Fonctionnalité de chatbot pour simuler des conversations réelles.



Alexia Kidemba – Fondatrice et Présidente, IFWS.
Passionnée par l'éducation linguistique et les échanges culturels, Alexia est également ambassadrice de la jeunesse pour la France au Forum des femmes.



Industrie pharmaceutique

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Chiffres clés *

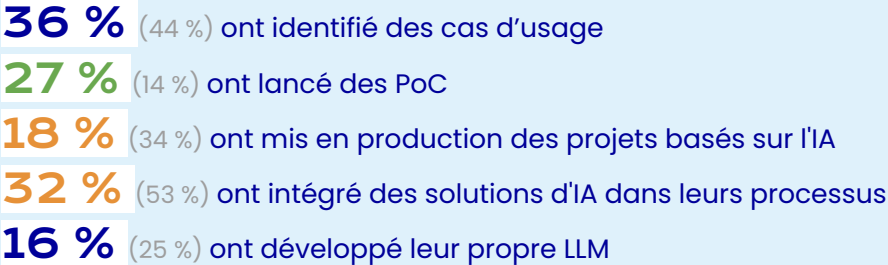
(moyenne du panel)

*Ces chiffres doivent être interprétés avec prudence en raison du nombre limité de répondants travaillant dans ce secteur.

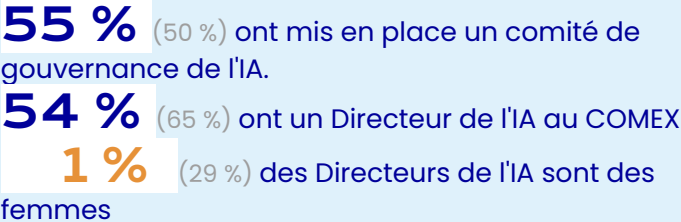
Niveau de maturité



Adoption



Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« Chez Sanofi, l'IA est **partout, entre toutes les mains, et là pour durer.** »



Karine Boullier

Global Head of Upskilling
Manufacturing and Supply
Sanofi

La stratégie d'IA de Sanofi est orientée business, ce qui garantit que l'éthique reste au cœur de sa transformation

Sanofi utilise l'IA comme accélérateur pour la découverte de médicaments, la conception d'essais cliniques, ainsi que la performance de fabrication et d'approvisionnement. Leur objectif est de **rendre les médicaments et les vaccins plus accessibles** en optimisant la production et en réduisant les déchets.

Sanofi veille à ce que l'adoption de l'IA soit éthique, responsable et conforme grâce à son **programme RAISE** (Responsible AI in Sanofi for Everyone), qui aborde la gouvernance éthique de l'IA, à la limitation des biais et à la transparence.

La charte de l'IA de Sanofi est intégrée au **code de conduite de l'entreprise**, décrivant les principes clés, les choses à faire et à ne pas faire et les valeurs fondamentales. Des **programmes de formation robustes** sont également déployés pour aider les équipes à comprendre les concepts, les risques et les opportunités de l'IA.

Sanofi figure parmi les **25 entreprises les plus performantes** au monde en matière d'égalité femmes-hommes. À l'interne, ils ont mis en œuvre de multiples initiatives telles que le congé parental payé sans distinction de genre. À l'extérieur, ils se sont engagés à dépenser plus de **1,5 milliard d'euros** auprès de petites entreprises diversifiées d'ici 2025 et à doubler le nombre d'**entreprises dirigées par des femmes** avec lesquelles ils travaillent.

Cas d'usage

Simply – Plateforme d'analyse du rendement

Grâce à l'IA, Sanofi maximise ses rendements, ce qui se traduit par une production accrue de doses au profit d'un plus grand nombre de patients dans le monde. Avec Simply, la plateforme d'analyse du rendement de Sanofi alimentée par l'IA, les Sanofiens sur les sites de fabrication passent **beaucoup moins de temps à analyser** les données eux-mêmes, et **plus de temps à agir**.

En identifiant de manière proactive les anomalies de production et en aidant même à optimiser l'utilisation des matières premières, les informations fournies par Simply permettent à Sanofi de créer des produits de **meilleure qualité** avec un **impact environnemental plus faible**.

« Nous sommes pleinement engagés dans l'IA —audacieux dès le départ, conçu à l'échelle, et prêt à voir grand. »



Inna Ben-Anat
AVP, Global Head of Smart
Factories
Manufacturing and Supply

Emmanuelle Rolland-Martiano a fondé AQEMIA pour révolutionner la découverte de médicaments



2019

Total levée de fonds - 100
millions de dollars

<https://www.aqemia.com/>

AQEMIA génère l'un des pipelines de découverte de médicaments à la croissance la plus rapide au monde. Sa mission est de découvrir de nouveaux médicaments en combinant une physique unique et l'IA générative pour créer des traitements véritablement innovants pour les maladies non traitées ou mal traitées.

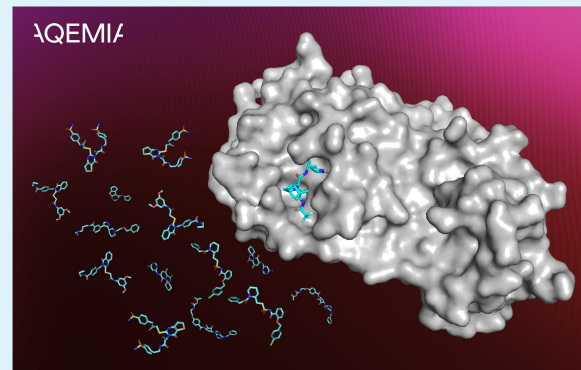
En décembre 2024, AQEMIA a sécurisé un financement supplémentaire de 38 millions de dollars, portant son financement total à 100 millions de dollars, ouvrant la voie aux essais cliniques et à l'expansion mondiale, à commencer par Londres.

En 2023, Sanofi et AQEMIA ont annoncé un partenariat visant à combiner l'expertise mondiale en R&D de Sanofi avec les algorithmes de physique inspirés de la mécanique quantique d'AQEMIA et sa plateforme d'IA générative pour accélérer et améliorer le développement de médicaments.



Emmanuelle Rolland-Martiano – COO & co-fondatrice, AQEMIA

Avant de fonder AQEMIA, Emmanuelle a travaillé au BCG. Elle est titulaire d'un diplôme d'ingénieur de CentraleSupélec et de l'Imperial College de Londres.



Dr Claire Novorol a fondé Ada Health pour soutenir la gestion de la santé personnelle



2011

Valorisation – 1,2 milliard \$

<https://ada.com/>

Ada Health propose une application compagnon de santé alimentée par l'IA qui fournit des conseils médicaux, dans le but de rendre les soins de santé plus accessibles et équitables. La plateforme d'Ada aide les utilisateurs à comprendre leurs symptômes en fournissant des causes possibles et des conseils sur les prochaines étapes appropriées.

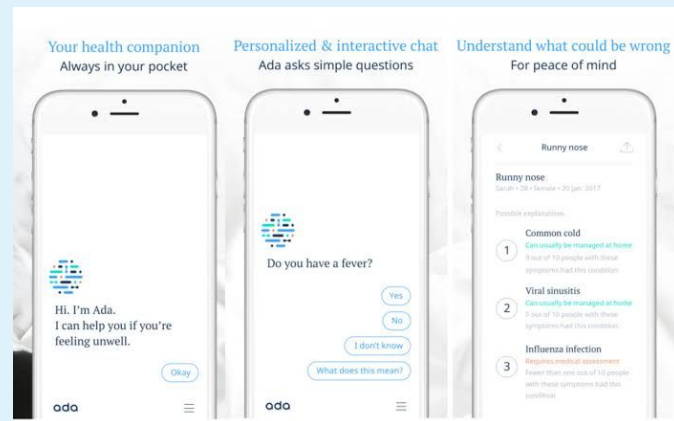
L'IA d'Ada s'est révélée être 35 % plus précise que d'autres évaluations, couvrant 3 600 affections et 30 000 codes CIM-10, des maladies rares, la santé des femmes, la pédiatrie et les troubles de la santé mentale.

Ada a son siège social à Berlin et des bureaux à Boca Raton, Londres et Toronto. En octobre 2024, l'application d'Ada était disponible dans 148 pays et 11 langues, et comptait plus de 13 millions d'utilisateurs dans le monde.

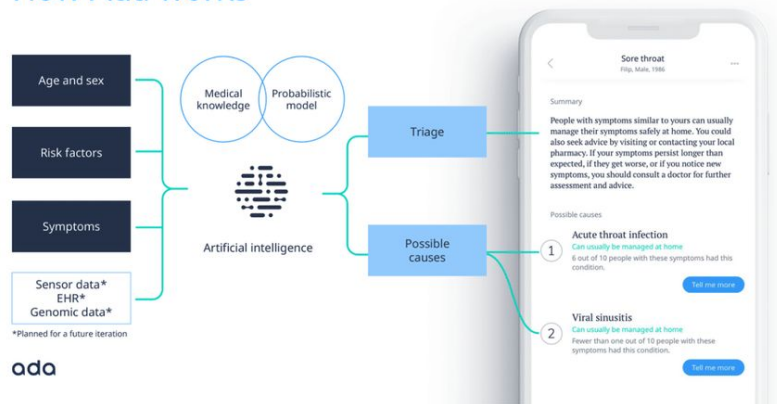


Dre Claire Novorol – Co-fondatrice, Ada Health

Dr Claire Novorol a travaillé comme pédiatre à Londres et s'est ensuite spécialisé en génétique clinique au sein du National Health Service (NHS) du Royaume-Uni



How Ada works



Grande consommation

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



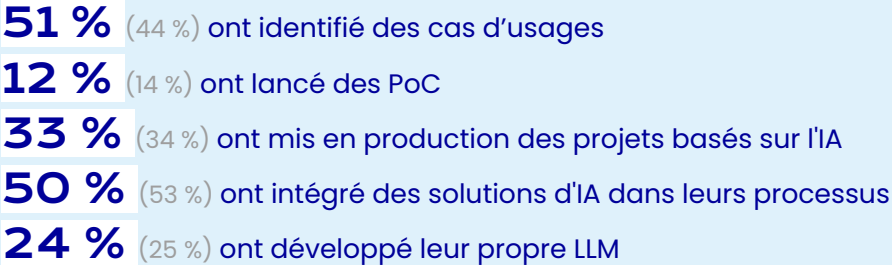
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

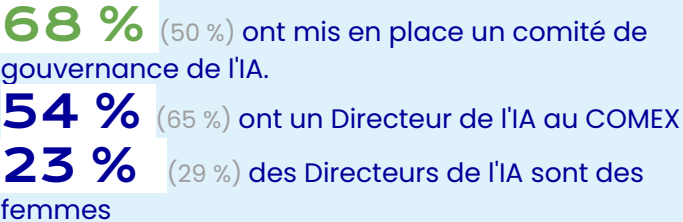
Niveau de maturité



Adoption

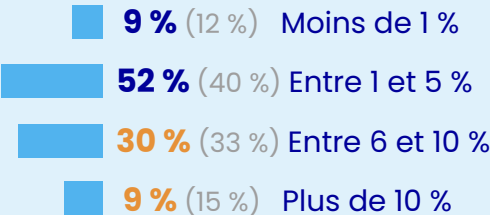


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« Nous adoptons une approche d'éco-conception de l'IA, en l'utilisant là où elle apporte une **réelle valeur**, tout en veillant à ce qu'elle réponde à nos exigences de responsabilité et à nos valeurs. »



Ariane Thomas

Global Tech Director of Sustainability
L'Oréal Groupe

L'Oréal Groupe transforme l'expérience beauté grâce à une approche forte de l'IA centrée sur l'humain

L'Oréal Groupe s'appuie sur la science de pointe et les dernières technologies pour offrir une beauté personnalisée, inclusive et responsable à grande échelle. Le Groupe a placé l'IA au cœur de sa **transformation Beauty Tech** initiée en 2018.

L'éthique étant fondamentale chez L'Oréal Groupe, le leader du secteur vise une utilisation éthique et responsable de l'IA et de la Gen AI, comme établi dans le **cadre responsable pour une IA de confiance** défini en 2021. Ses 7 principes clés ont été partagés à l'échelle mondiale en 2022 afin de fournir des orientations à l'ensemble de l'organisation. Une gouvernance fiable de l'IA est présentée au **Conseil mondial de la diversité et de l'inclusion**, un groupe d'**experts externes**, afin de limiter les biais.

Une **taskforce Gen AI** a été créée il y a 2 ans. **L'Oréal GPT** a été lancé fin 2023 : un assistant IA interne utilisé par 55K collaborateurs – dont 20K utilisateurs hebdomadaires. Sa caractéristique unique est que les utilisateurs peuvent sélectionner le LLM qui correspond le mieux à leurs besoins, pour leur permettre d'expérimenter la Gen AI dans un environnement sécurisé.

Enfin, **l'upskilling** joue un rôle essentiel dans la transformation de L'Oréal Groupe, avec 181K heures d'apprentissage sur la tech, la data et l'IA en 2024, et déjà 42K employés se sont formés sur la Gen AI grâce au programme **"Gen AI pour tous"** composé de e-learning et masterclasses.

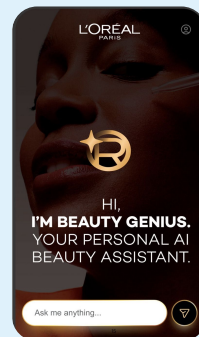
Cas d'usage

Beauty Genius – l'assistant de beauté personnel

Trouver le produit de beauté parfait peut être un défi : 70 % des acheteurs ont du mal à trouver les bons produits sans une assistance personnalisée. L'Oréal Paris, leader mondial de la beauté, a lancé Beauty Genius aux États-Unis en octobre 2024 pour révolutionner le shopping beauté en ligne.

Disponible sur le site de L'Oréal Paris, cet assistant de beauté personnel alimenté par l'IA générative offre des diagnostics alimentés par l'IA, un essai virtuel et des tutoriels personnalisés grâce à une expérience utilisateur fluide et agréable avec un ton amical, des emojis intuitifs et des fonctionnalités interactives.

Beauty Genius reçoit le même traitement à fort impact sur les réseaux sociaux que les lancements de produits phares de la marque, avec Eva Longoria et Cara Delevingne faisant la promotion de ce nouveau service. La beauté et la technologie sont désormais inextricablement liées, inaugurant une nouvelle ère d'expériences de beauté personnalisées.



"Chez L'Oréal Groupe, nous croyons au pouvoir de la beauty tech par l'humain et pour l'humain, pour créer une beauté pour chacun, plus personnalisée, inclusive et responsable."

Beatrice Dautzenberg
International Director
Beauty Tech Services



« L'IA change la donne dans le secteur de la distribution, mais la technologie seule ne suffit pas. Le succès réside dans la manière dont nous intégrons **l'IA dans notre culture**, dont nous faisons monter en compétences nos équipes et dont nous garantissons un processus d'innovation inclusif. »



Arnaud Grojean

Chief Data & Analytics Officer
Carrefour

Carrefour optimise ses opérations grâce à l'IA tout en améliorant l'expérience client

La stratégie d'IA de Carrefour est axée sur **la transformation de ses opérations, l'amélioration de l'expérience client** et la création de **valeur mesurable**. L'entreprise exploite l'IA dans des domaines critiques pour optimiser la gestion de la chaîne d'approvisionnement, rationaliser la logistique et personnaliser les assortiments en magasin, tout en maintenant la conformité et l'efficacité opérationnelle.

Deux priorités clés guident les initiatives de Carrefour en matière d'IA :

- **Sur l'activité principale** – L'IA est utilisée pour optimiser les assortiments de produits, affiner la cohérence des prix et personnaliser les promotions. Des algorithmes avancés analysent les habitudes d'achat et les relations entre les produits pour prendre des décisions basées sur des données qui stimulent les performances opérationnelles et améliorent la satisfaction des clients.
- **Rendre l'IA accessible à tous** – À travers le lancement de Carrefour.IA, une plateforme sécurisée et facile d'utilisation, l'entreprise démocratise l'IA pour ses collaborateurs. Cette initiative vise à responsabiliser les équipes, à renforcer l'innovation et à favoriser une meilleure compréhension de l'IA, en aidant les collaborateurs à intégrer ces outils de manière transparente dans leur travail quotidien.

L'IA est un outil pour les leaders opérationnels et n'est plus réservée aux seuls ingénieurs. Elle est un facilitateur, et non une fin en soi, et doit être intégrée pour **transformer les métiers, améliorer l'expérience client et soutenir la compétitivité**. Carrefour considère l'IA comme une initiative structurelle plutôt que comme une simple initiative technologique, la positionnant comme la pierre angulaire d'une croissance durable et d'un leadership dans le secteur du retail.

Cas d'usage

Personnalisez l'expérience d'achat

Chez Carrefour, l'IA transforme l'expérience d'achat en optimisant **les assortiments de produits** et **en personnalisant les recommandations en ligne**. En magasin, l'IA analyse les modèles de vente et les interactions avec les produits pour déterminer l'assortiment idéal : certains produits doivent-ils coexister ou l'un cannibalise-t-il l'autre ? Ces informations permettent d'adapter les assortiments pour mieux s'aligner sur les besoins des clients.

En ligne, **80 % des ajouts au panier** proviennent de recommandations basées sur l'IA, offrant des alternatives personnalisées qui favorisent une alimentation plus saine et des choix économiques. En constante évolution, les solutions d'IA de Carrefour s'adaptent au quotidien aux besoins des clients, garantissant une expérience d'achat fluide, efficace et pertinente, en magasin comme en ligne.



« Lorsque vous entraînez une IA, vous décidez quelles données utiliser et quelles connaissances intégrer. Notre souveraineté dépend aussi de notre capacité à façonner nos modèles à notre image : pertinents, éthiques et dénués de biais. »

Vania Pecheu-Bovet

Head of global data & AI strategy
Carrefour

Athénaïs Oslati crée Ontbo, l'IA de nouvelle génération qui comprend et relie les émotions au business



2021

2,26 M\$ levés

<https://ontbo.com/>

Ontbo se spécialise dans l'IA empathique et éthique, redéfinissant les interactions homme-machine grâce à une technologie de nouvelle génération qui comprend les aspects cognitifs tels que les émotions, les comportements et les intentions.

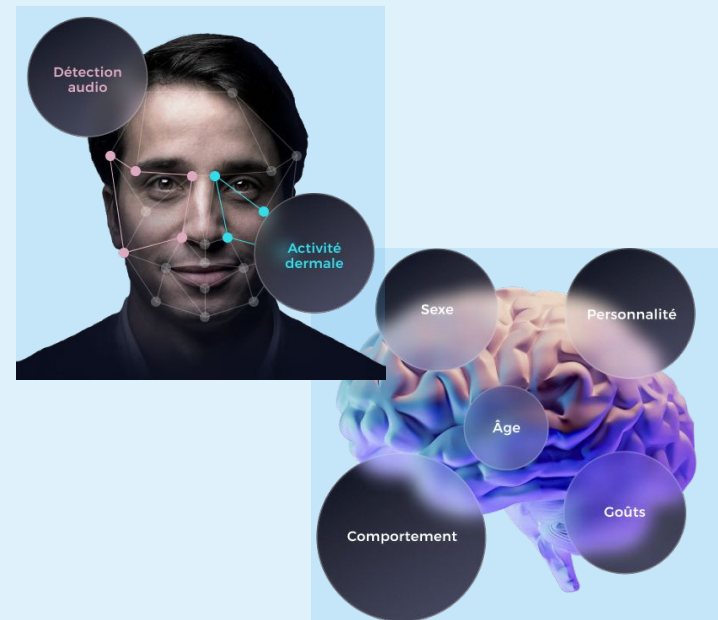
Soutenue par Microsoft, cette entreprise deeptech développe des modèles d'IA propriétaires qui combinent le NLP (Natural Language Processing), le GenAI, l'apprentissage profond et l'IA symbolique avec la conscience du contexte et l'empathie pour créer des solutions véritablement intuitives.

Grâce à une approche éthique, à architecture ouverte et open source, Ontbo garantit la transparence, l'adaptabilité et l'intégration transparente de produits tiers. En transformant les données en informations exploitables, Ontbo permet aux entreprises de favoriser des liens plus profonds et de débloquer de nouvelles opportunités.



Athénaïs Oslati - Fondatrice et CEO, Ontbo

Avec une formation en médecine et en génie mécanique, Athénaïs se concentre sur le développement d'une IA empathique pour détecter et interpréter les données cognitives. En 2024, elle a été nommée dans Forbes 30 Under 30 pour son travail dans le domaine de l'IA.



Services Tech

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



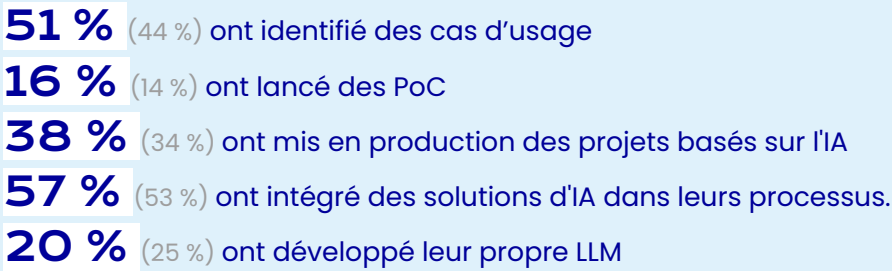
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

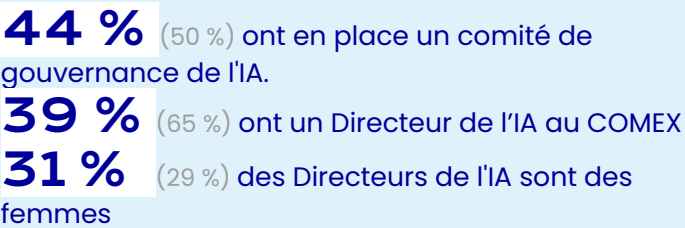
Niveau de maturité



Adoption

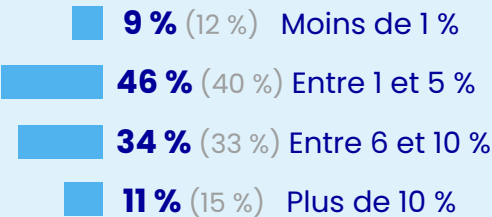


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« L'IA n'est pas seulement une question de performance, c'est une question de **responsabilité**. Chez IBM, nous construisons une IA à laquelle les entreprises peuvent faire confiance et qu'elles peuvent mettre à l'échelle, en veillant à ce qu'elle serve les entreprises, les employés et la société avec transparence et impact. »



Béatrice Kosowski

Présidente
IBM France

IBM envisage l'IA comme un catalyseur de productivité, assurant la supervision humaine et l'inclusivité

IBM considère l'IA comme un catalyseur de la transformation de l'entreprise, de l'automatisation des processus, de l'amélioration de la prise de décision et de l'augmentation de la productivité. IBM suit un **cadre structuré d'adoption de l'IA** : refonte des processus, simplification et automatisation et adaptation organisationnelle.

L'**innovation** est la principale priorité d'investissement d'IBM. IBM permet à chaque employé d'exploiter les nouvelles technologies en mettant l'accent sur la **productivité positive** : dans le but de libérer du temps pour des tâches plus complexes et axées sur le client. IBM vise 3 milliards d'euros d'économies d'ici la fin de 2025. Déjà de 2 milliards d'euros d'économies ont été réalisées à la fin de 2024.

Le **comité d'éthique de l'IA** d'IBM assure une gouvernance centralisée de l'IA, passant en une décennie d'un groupe de discussion à un organisme doté d'un pouvoir de décision. Il est composé d'environ 20 membres répartis dans toutes les business units. Le conseil d'administration applique des principes d'éthique de haut niveau en matière d'IA et intègre les processus d'évaluation des risques dans les processus opérationnels. Pour atténuer les biais, IBM s'appuie sur l'éducation mais aussi sur des frameworks tels que l'IA Fairness 360 ou le playbook du développeur.

Cas d'usage

Automatisation dans l'assistance aux employés

Les opérations mondiales d'IBM nécessitent un support informatique et RH efficace et évolutif. Avec **des milliers d'employés qui faisaient des demandes quotidiennes**, les équipes d'assistance traditionnelles étaient débordées, ce qui entraînait des temps de réponse lents et des inefficacités. IBM a développé « **AskIT** », une IA de type ChatGPT pour le support informatique, capable de gérer les 200 problèmes informatiques les plus courants. **70 % des demandes de support informatique** sont désormais automatisées, ce qui réduit le **temps de résolution de 26 %**.

Suivant le rythme, IBM a créé des **outils RH en libre-service** qui résolvent désormais **94 % des demandes RH des employés**, réduisant ainsi la dépendance vis-à-vis du personnel RH. Le taux d'adoption des RH est de 95 % et le NPS est passé à 75.



« La recherche sur l'IA est passée de cycles de 5 à 10 ans à 12 mois. Si une preuve de concept fonctionne, nous la passons à l'échelle rapidement. »



Alexandra Ruez
VP & Senior Partner, Business Transformation Services
Leader IBM Consulting

Francesca Rossi
IBM Fellow and AI Ethics
Global Leader



« Il n'est pas nécessaire d'être expert en IA, mais il est essentiel d'en comprendre les capacités, les limites et les risques. »



« L'IA transforme fondamentalement la façon dont les entreprises se construisent. C'est un moment exceptionnel, probablement **le meilleur moment pour entreprendre.** »



Koussée Vaneecke
CEO
EuraTechnologies

EuraTechnologies propulse l'IA auprès des startups pour résoudre des défis concrets

EuraTechnologies se positionne comme un catalyseur pour les startups pilotées par l'IA, en remodelant les approches entrepreneuriales. Ils intègrent des programmes axés sur l'IA dans des initiatives d'incubation et d'accélération. Ils facilitent la transition d'un « **Internet de la connaissance** » à un « **Internet des tâches** », permettant aux startups de résoudre efficacement des problèmes du monde réel et de construire des solutions concrètes et pratiques pour leurs clients avec des avantages tangibles.

Chez EuraTechnologies, **50% des startups ont intégré l'IA au cœur de leurs solutions** et 80% intègrent l'IA dans leurs processus métiers pour des gains d'efficacité. Les startups dirigées par des femmes gagnent du terrain dans des domaines tels que l'**EdTech** et les **RH**.

EuraTechnologies favorise un modèle d'apprentissage de l'IA organique et dynamique avec l'apprentissage entre pairs (**AI CTO Club** de 40 membres), la culture de l'autoformation et des programmes d'éducation à l'IA en entreprise pour combler les lacunes en matière de connaissances et améliorer les compétences des professionnels.

Elles ont récemment lancé avec JFD un club pour **100 femmes entrepreneures**. Ils organisent fréquemment **des cours de codage et de robotique** pour les enfants tout en respectant toujours la parité hommes-femmes (8000 alumni).

Cas d'usage

L'IA pour le CRM et le sourcing des startups

EuraTechnologies accompagne des centaines de startups, et suivre leur **évolution**, leurs besoins et **leurs opportunités** est un défi pour ce géant des startups, classé n°1 en France par le Financial Times. Leur CRM doit rester à jour avec des données de startups pertinentes pour les investisseurs, les partenaires et les équipes.

EuraTechnologies a donc construit un CRM alimenté par l'IA, intégrant **des outils de Web scraping** et d'enrichissement des données pour **mettre à jour automatiquement les profils des startups**. Le CRM utilise l'IA pour optimiser la façon dont les startups sont sélectionnées et hiérarchisées afin de répondre aux besoins des investisseurs potentiels et des entreprises clientes.



« La force d'un incubateur comme EuraTechnologies réside dans le fait de permettre aux dirigeants d'échanger des idées, d'apprendre des autres, d'aller plus vite et d'éviter les erreurs. »



Koussée Vaneecke
CEO
EuraTechnologies

Laëtitia Sauvage a lancé ABOUT Ü pour réduire les biais dans le recrutement de cadres



2022

Incubé chez
EuraTechnologies

<https://aboutu.fr/>

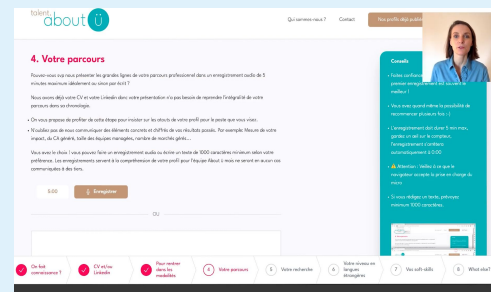
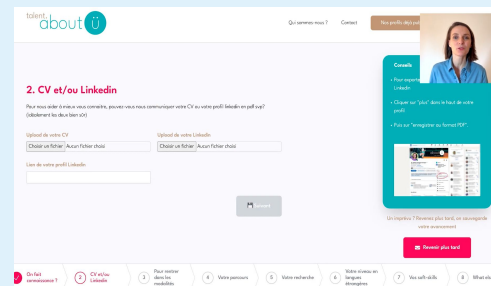
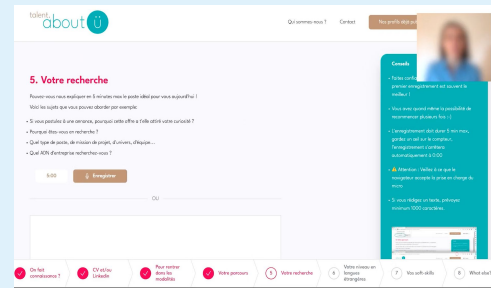
ABOUT Ü est une plateforme de mise en relation pour l'emploi sécurisée et anonyme. La startup utilise l'IA pour aligner les CV des candidats sur les exigences de l'entreprise, en offrant un processus d'embauche confidentiel et sans biais en :

- mettant en relation des dirigeants avec des entreprises en toute discrétion, sans offres d'emploi publiques.
- réduisant les biais à l'embauche en mettant l'accent sur les compétences et l'expérience, et non sur les caractéristiques personnelles.
- aidant les entreprises à améliorer la diversité naturellement, souvent sans qu'elles s'en rendent compte.



Laëtitia Sauvage – Fondatrice & CEO, ABOUT Ü

Avec plus de 15 ans d'expérience dans l'industrie technologique, Laëtitia a été directrice des opérations et directrice des ressources humaines dans une startup de 100 personnes.



Transports, services publics et services environnementaux

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



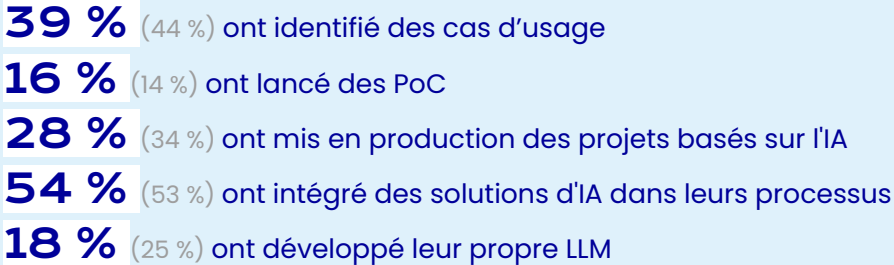
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

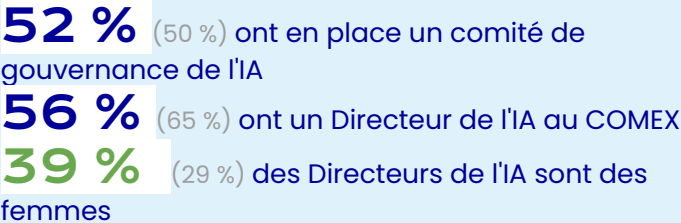
Niveau de maturité



Adoption

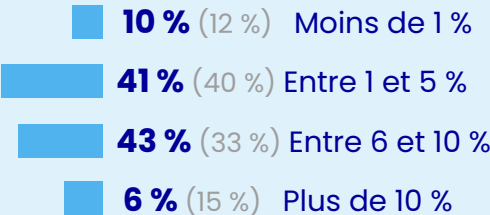


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



« À La Poste, chaque innovation que nous déployons doit être utile à nos clients et à nos postiers. Le numérique, l'intelligence artificielle et l'IA générative améliorent notre quotidien, le simplifient, nous donnent à tous une plus grande autonomie et, en fin de compte, sont au service de notre collectif humain. C'est notre éthique et notre vision. Ces expertises, qui constituent un atout fort au sein de notre groupe, contribuent à la qualité de service, tant pour nos missions de service public que pour nos offres, et assurent notre développement, **toujours en ligne avec nos valeurs de confiance et de proximité.** »



Nathalie Collin

Deputy Director General
Groupe La Poste

Le Groupe La Poste fait de l'IA un levier de transformation positive pour tous, sur l'ensemble des territoires français

La transformation data du Groupe La Poste a débuté il y a 10 ans. Aujourd'hui, l'IA est intégrée dans différents domaines opérationnels : Logistique & Services Postaux, RH & Gestion des effectifs, Services Financiers et Direction Juridique. Ils encouragent les initiatives d'IA à tous les niveaux grâce à une convergence d'**approches ascendantes** et **descendantes**.

Le Groupe La Poste mise sur le développement des compétences

- **Objectif IA** – un programme de formation développé avec l'Institut Montaigne et OpenClassroom pour l'ensemble des collaborateurs (84K déjà formés)
- **L'École de la Data et de l'IA** – un programme de certification pour les candidats internes et externes, conçu pour former à la Data Science, au Data Engineering, à l'Analyse de données et aux Product Owners. Afin de favoriser la **parité hommes-femmes** dans l'expertise Data & IA, un ratio hommes-femmes strict de 50-50 est exigé pour toute nouvelle cohorte.

Le Groupe a mis en place un **Comité pour une IA de confiance** afin de définir des principes clés et d'apporter un regard extérieur sur l'utilisation des données et de l'IA. Il existe également une équipe d'**experts internes** qui teste et évalue les algorithmes afin d'atténuer les biais avant de les déployer. Cette évaluation fait partie intégrante du processus du Groupe, et chaque personne impliquée dans les projets de données est tenue de la mener.

Cas d'usage

L'IA pour la reconnaissance et la correction d'adresses

La Poste traite quotidiennement des millions de lettres et de colis. **Les problèmes de lisibilité des adresses postales** entraînent des retards et des erreurs de livraison, affectant à la fois l'efficacité opérationnelle et la satisfaction des clients.

Le Groupe La Poste a mis en place un système de reconnaissance visuel alimenté par l'IA pour améliorer la précision de lecture des adresses postales. Les modèles d'apprentissage ont été entraînés sur de grandes quantités de données d'adresses historiques pour **corriger automatiquement les erreurs en temps réel**.

Cela a augmenté **l'efficacité du tri**, réduit les retards et amélioré les performances globales de livraison.



« Plus nous formons nos collaborateurs sur les données et l'IA, plus ils viennent nous voir avec des idées. Au-delà des utilisateurs d'IA ; nous voulons des créateurs d'IA. C'est pourquoi nous misons sur l'autonomie, la formation et encourageons la généralisation de l'expertise en IA. »



Pierre Etienne Bardin
Chief Data Officer,
Groupe La Poste

Anniek Schouten a cofondé Overstory pour réduire le risque d'incendies de forêt et de pannes de courant



2018

14 millions de dollars levés

<https://www.overstory.com/>

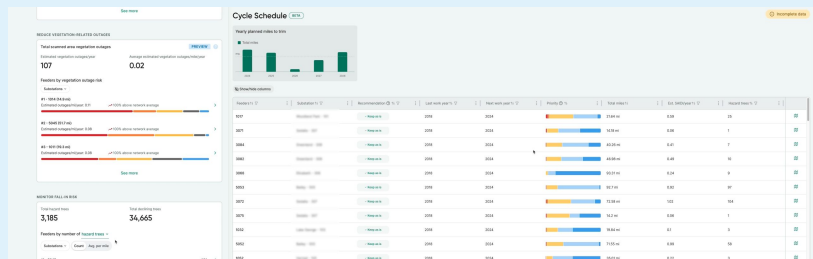
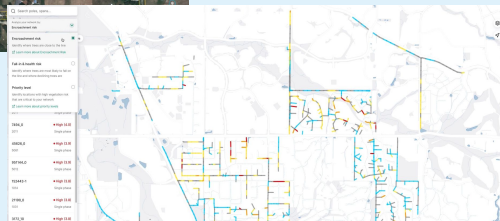
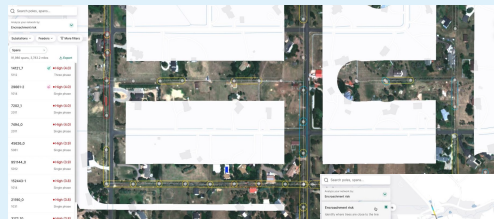
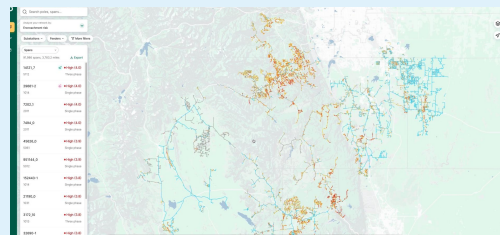
Overstory utilise l'imagerie satellite et l'intelligence artificielle pour surveiller la croissance de la végétation à proximité des infrastructures de services publics. Cette approche proactive aide à prévenir les pannes de courant et les incendies de forêt en permettant aux services publics de gérer la végétation plus efficacement, améliorant ainsi la fiabilité et la sécurité du réseau.

Overstory utilise des algorithmes d'apprentissage automatique pour traiter de grandes quantités d'images satellites et de données météorologiques. Leur plateforme basée sur l'IA permet une surveillance en temps réel et des analyses prédictives, ce qui permet aux services publics de gérer de manière proactive la végétation à proximité des lignes électriques.



Anniek Schouten – Co-fondatrice, Overstory

Anniek est titulaire d'un Master of Science en Business et d'un Bachelor of Science en Psychologie du travail et des organisations.



Annika Johansson a cofondé DecarbAI pour accélérer la décarbonisation des bâtiments



2020

2 millions de dollars
levés

<https://decarb.ai/>

La mission de DecarbAI est de créer des bâtiments adaptables et économes en énergie qui contribuent à un avenir net zéro.

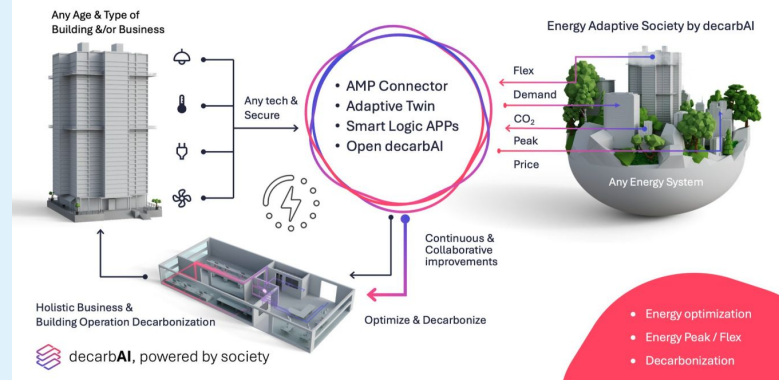
Ils ont développé une plateforme basée sur l'IA qui intègre divers systèmes énergétiques dans les bâtiments. Cette plateforme permet d'optimiser les performances des bâtiments en les transformant en batteries thermiques, réduisant ainsi les coûts et la consommation d'énergie.

DecarbAI s'adapte aux fluctuations de la demande du réseau, des prix et de l'intensité carbone, en collaborant avec les entreprises de télécommunications et les fournisseurs d'énergie pour gérer efficacement l'énergie.

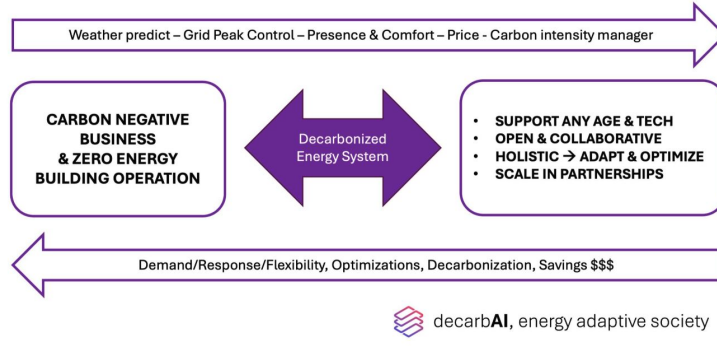


Annika Johansson – Co-fondatrice, DecarbAI
Annika a travaillé sur plusieurs projets d'innovation d'infrastructures avant de créer DecarbAI (Digital Twins, Robotics...)

Our adaptive & scalable Energy Platform



Enabling the Energy Adaptive Society



Divertissement, Médias, Télécommunications

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



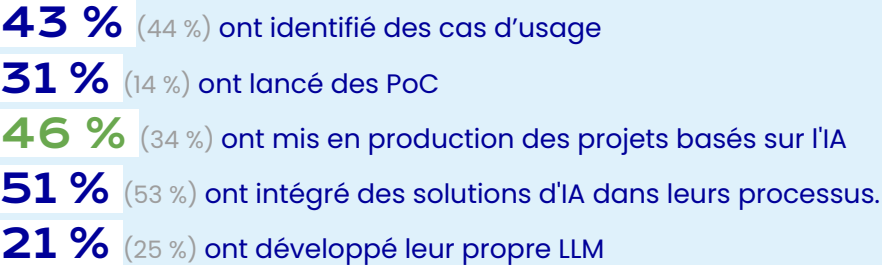
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

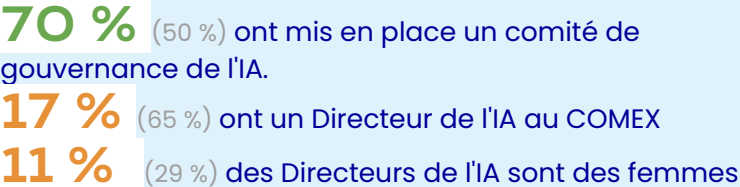
Niveau de maturité



Adoption

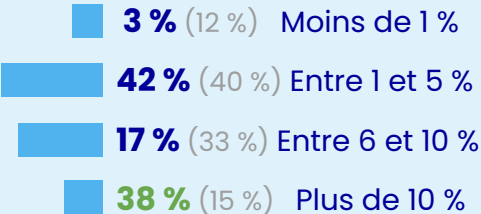


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Meetic s'appuie sur l'IA pour leader l'industrie LoveTech

Chez Meetic, l'IA est un puissant moteur d'innovation, d'amélioration des liens humains et de redéfinition de l'expérience de rencontre.

Transformer les affaires et le marketing.

L'IA stimule l'efficacité et la créativité, en permettant de diffuser plus de contenu, plus fréquemment et avec une plus grande personnalisation sur les plateformes numériques.

Améliorer l'expérience du produit

L'IA est au cœur de l'application de rencontres, assurant un matchmaking plus intelligent en analysant les profils, les comportements et les préférences des utilisateurs. L'apprentissage automatique affine et automatise en permanence les recommandations pour une expérience plus personnalisée et satisfaisante.

Sécurité et Confiance

Au-delà du matchmaking, l'IA joue un rôle crucial dans la sécurité, en détectant les fraudes et les profils inappropriés en temps réel. Combiné à une équipe de service client dédiée 24/7, Meetic privilégie la création d'un espace sûr pour les célibataires.

L'IA et connexion dans la vie réelle

L'IA complète les interactions humaines, mais les expériences de la vie réelle restent essentielles. Meetic rassemble des célibataires par le biais d'événements dans la vie réelle, favorisant des liens authentiques et significatifs autour d'intérêts communs.

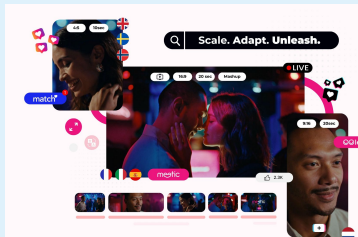
Cas d'usage

L'IA n'a pas remplacé la créativité, elle l'a renforcée.

Chez Meetic, nous aimons **repousser les limites** du possible. Pour nos dernières campagnes de marque, nous devons **déployer rapidement des créations performantes** sur plusieurs marchés européens, dans différents formats, en ligne et hors ligne.

Nous nous sommes donc associés aux solutions d'IA d'Aive. Non pas pour créer, mais pour **automatiser, optimiser et accélérer**. En rationalisant le déploiement des ressources, l'IA **a libéré du temps pour ce qui compte vraiment** : des idées audacieuses, des visuels percutants et des campagnes performantes.

Chez Meetic, nous n'avons pas seulement amélioré l'efficacité, nous **avons libéré la créativité**. Parce que l'IA n'est pas là pour la remplacer, elle est là pour **l'amener plus loin**.



« L'IA contribue à renforcer l'authenticité en mettant en évidence la personnalité unique de chaque individu pour créer de véritables connexions. Nous nous définissons comme les pionniers de la Love Tech. »



Céline Boudière
Marketing & Digital Director
Meetic Europe



Gabrielle Gleysteen
Chief Product Officer
Meetic Europe

Dan Song a cofondé Gleechi pour combler le fossé entre la dextérité humaine et les interfaces numériques



2014

3,15 millions de dollars levés

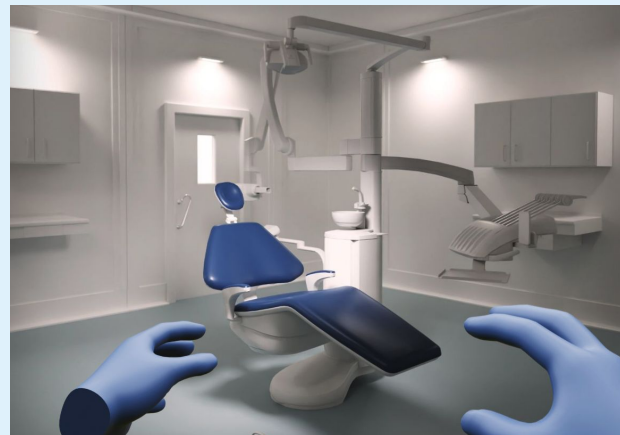
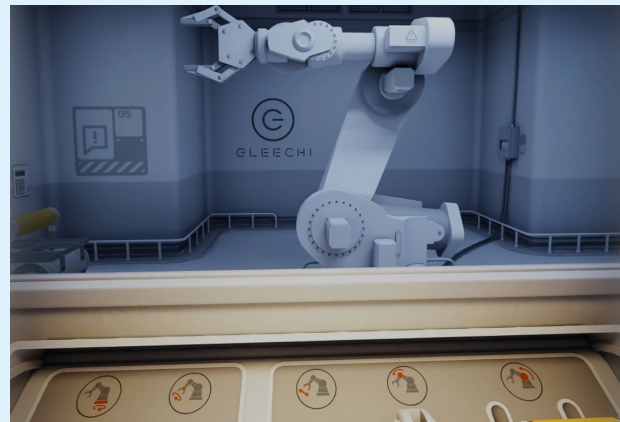
<https://www.gleechi.com/>

Gleechi utilise l'IA pour permettre une interaction réaliste des mains dans la réalité virtuelle et la robotique. Leur technologie VirtualGrasp, alimentée par l'IA, permet aux mains d'interagir naturellement avec les objets dans des environnements virtuels, surmontant ainsi les limites traditionnelles du suivi des mains en VR.

La technologie de Gleechi est utilisée dans la formation, les simulations industrielles et la robotique, aidant les entreprises à créer des expériences plus interactives, adaptatives et inclusives. Ils collaborent avec des industries telles que l'automobile, la santé et l'industrie manufacturière, en fournissant des solutions pour les simulations de formation, la réhabilitation et le contrôle robotique.



Dan Song - Co-fondatrice, Gleechi
Dan a publié une vingtaine d'articles scientifiques dans les domaines de la robotique, de la biomécanique et des neurosciences computationnelles



Industrie automobile et transports

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



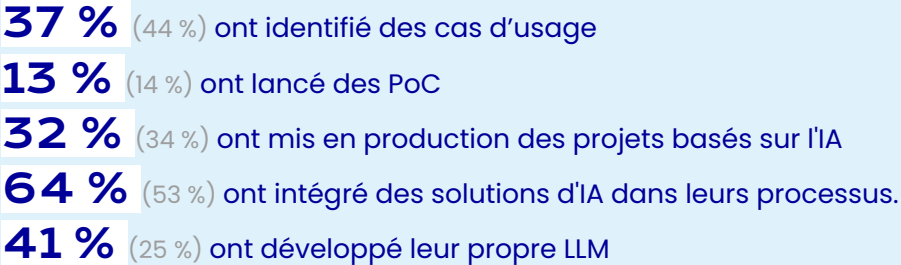
FABERNOVEL

WOMEN RAISING

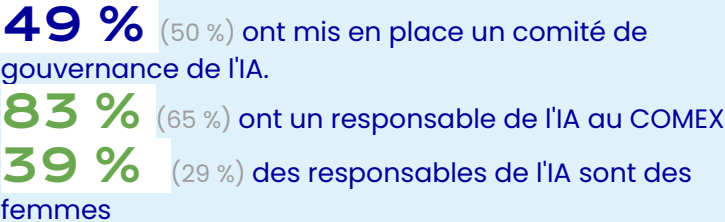
Niveau de maturité



Adoption

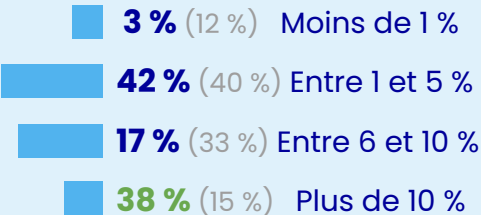


Gouvernance



Investissements

Part du chiffre d'affaires investi dans l'IA



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Estelle Valeri a créé PrivaMap pour améliorer la sécurité dans les lieux industriels en offrant des capacités de navigation par IA



2021

Incubé chez
EuraTechnologies

<https://privamap.com/>

PrivaMap est une solution numérique de géoguidage et de sécurité routière conçue pour les sites industriels, logistiques et à haut risque. Il offre une navigation en temps réel, une supervision du flux et des alertes pour améliorer la sécurité et l'efficacité.

Actuellement en expansion, PrivaMap est disponible en 14 langues. Les clients de PrivaMap sont Euralogistic, Roquette Lestrem et HubOne (Aéroport Paris CDG). La solution a permis de réduire de 15% le temps passé sur site.

L'objectif de PrivaMap est de devenir la référence en matière de guidage de sites industriels en Europe.



Estelle Valeri – CEO, PrivaMap

Estelle est diplômée de l'EDHEC Business School et cumule 30 ans d'expérience dans la gestion commerciale informatique.



Actions

Quelles actions concrètes
pouvons-nous entreprendre
pour rendre l'IA plus
inclusive et responsable ?

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D

3



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Limiter les biais

**Augmenter la
représentation
des femmes**

Limiter les biais

Il est essentiel de limiter les biais dans l'IA pour garantir **l'équité, prévenir la discrimination, éviter de reproduire les stéréotypes** et **renforcer la confiance** dans la technologie.

Bien qu'il soit impossible d'éliminer complètement les biais, à mesure que les systèmes d'IA apprennent des données générées par l'humain, il est possible de limiter leur impact grâce à **une conception et une surveillance** minutieuses.

Nous avons identifié **2 actions majeures** qui peuvent être mises en œuvre à cet effet :

- 1 Comités d'éthique et chartes**
- 2 Évaluation et correction des biais**

Atténuer les biais

Allianz s'est doté d'une **charte des données** et de deux comités clés : le **Comité d'utilisation responsable des données** et le **Comité de conformité des algorithmes**, tous deux consultés tout au long du processus de développement des projets d'IA.

L'éthique étant fondamentale chez L'Oréal Groupe, le leader du secteur vise une utilisation éthique et responsable de l'IA et de la Gen AI, comme établi dans le **cadre responsable pour une IA de confiance** défini en 2021. Ses 7 principes clés ont été partagés à l'échelle mondiale en 2022 afin de fournir des orientations à l'ensemble de l'organisation. Une gouvernance fiable de l'IA est présentée au **Conseil mondial de la diversité et de l'inclusion**, un groupe d'experts externes, afin de limiter les biais.

Sanofi veille à ce que l'adoption de l'IA soit éthique, responsable et conforme grâce à son **programme RAISE** (Responsible AI in Sanofi for Everyone), qui aborde la gouvernance éthique de l'IA, à la limitation des biais et à la transparence.

La charte de l'IA de Sanofi est **intégrée au code de conduite** de l'entreprise, décrivant les principes clés, les choses à faire et à ne pas faire et les valeurs fondamentales. Des **programmes de formation robustes** sont également déployés pour aider les équipes à comprendre les concepts, les risques et les opportunités de l'IA.

Le comité d'éthique de l'IA d'IBM assure une **gouvernance centralisée de l'IA**, passant en une décennie d'un groupe de discussion à un organisme doté d'un pouvoir de décision. Il est composé d'environ 20 membres répartis dans toutes les business units. Pour atténuer les biais, IBM s'appuie sur **l'éducation** mais aussi sur des **frameworks tels que l'IA Fairness 360** ou le playbook du développeur.

Augmenter la représentation des femmes

La citation de Delphine Remy-Boutang :



On ne peut pas être ce que l'on n'a pas vu

souligne le rôle essentiel de la représentation dans la formation des aspirations,
en particulier dans le domaine de l'intelligence artificielle où les femmes sont nettement sous-représentées. La rareté des femmes leaders visibles dans l'IA peut empêcher les jeunes filles de s'imaginer dans de tels rôles.

Cependant, lorsque les femmes voient d'autres femmes exceller dans l'IA, cela confirme non seulement leurs ambitions, mais leur inculque également un sentiment de possibilité.

Accroître la présence des femmes qui dirigent et innove dans le domaine de l'IA inspirera les générations futures,
démontrant qu'une carrière dans l'IA est accessible à toute personne ayant la passion et le talent nécessaires pour y contribuer. Il est essentiel d'améliorer la représentation dans l'IA pour cultiver une industrie plus inclusive, diversifiée et créative.

Augmenter la représentation des femmes

Nous avons identifié **3 actions majeures pour améliorer la représentation des femmes** dans le domaine de l'IA.

Ces actions visent à donner un exemple positif, à inspirer davantage de femmes à poursuivre des carrières dans ce secteur et à accroître la visibilité et la reconnaissance de celles qui y contribuent déjà.

- 1 Mentorat et orientation**
- 2 Reconnaître et récompenser**
- 3 Montée en compétences**

Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 Mentorat et orientation

Le JFD Club est un réseau d'affaires international qui accélère la croissance des **femmes dans le domaine de la technologie**, en offrant un accès à une communauté de leaders, d'investisseurs, d'entrepreneurs, d'innovateurs et de médias. Il propose du réseautage, du mentorat et des événements pour **autonomiser les femmes** et faire progresser leur carrière dans le domaine de la technologie.

Céline Boudière, Directrice Marketing & Digital, et Gabrielle Gleysteen, Chief Product Officer, ont fourni un coaching et un soutien dédiés à la **lauréate du Margaret Junior Award 2024**.

Sanofi s'est engagé à investir plus de **1,5 milliard d'euros** dans les petites entreprises diversifiées d'ici 2025 et à doubler le nombre d'**entreprises appartenant à des femmes** avec lesquelles ils travaillent.

EuraTechnologies, hub de startups et d'innovation leader, a lancé le **Club IA CTO**, un réseau où les CTO se réunissent régulièrement, souvent accompagnés de leaders en IA comme OVH ou Scaleway, pour partager leurs défis communs ainsi que leurs solutions. Avec l'évolution rapide de l'IA, organiser en permanence des sessions de formation est un véritable défi. C'est pourquoi EuraTechnologies mise sur l'**apprentissage entre pairs**, en favorisant les discussions entre experts pour partager les meilleures pratiques et anticiper les avancées technologiques.

Le club comprend des CTO et des sociétés comme : Feedier, Hektor, Qualineo, Customs Bridge, Metalearn, Coco Veto, Loumo, Astora, Legibus, Skillberg, Datum Locus, Merveilleux, Wimo, Utocat, Diag'n Grow, Kwarto, AboutÜ dont certaines figurent dans le récent Mapping 2025 de **France Digitale** des startups françaises de l'IA.

Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 Reconnaître et récompenser

Le Prix Margaret, piloté par JFD et placé sous le **Haut Patronage du Président de la République Française**, honore chaque année des femmes dans 3 catégories : entrepreneure, intrapreneure et junior (jeunes filles) d'Europe, d'Afrique et du Canada, dont les projets innovants répondent à des défis sociétaux majeurs. **La cohorte 2025 « Women rAising »** placera les femmes à l'avant-garde de la révolution de l'**IA**.



Le mouvement des « **Chemises Blanches** », créé par JFD en 2017, se poursuit avec EuraTechnologies à travers la création du **Club EuraTechnologies x JFD** et accélère le changement nécessaire tant au niveau local qu'au niveau européen. Le club est composé de **100 femmes entrepreneures de la tech**, afin de créer un réseau européen pour les femmes travaillant dans la tech et l'intelligence artificielle.



[Article](#)

Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 Reconnaître et récompenser



Cet ouvrage écrit par Delphine Remy-Boutang en 2024 – Flammarion Editions – **célèbre les femmes entrepreneures et chefs d'entreprise** du secteur de la tech, mettant en valeur leur détermination, leur résilience et leur esprit d'innovation, comparables à ceux des athlètes de haut niveau.

La French Tech valorise activement les talents féminins grâce à des initiatives comme le **Pacte Parité**, qui rassemble plus de **700 signataires**. En signant le pacte, les entreprises s'engagent à mettre en place des mesures favorisant l'égalité des chances entre les femmes et les hommes. Aujourd'hui, **30 % des start-up** du programme French Tech 2030 sont dirigées ou co-fondées par des femmes, et **34 % des lauréates du programme French Tech Tremplin** sont également des entrepreneures.

Chez Eurazeo, **tous les collaborateurs** ont été formés à l'IA. Par ailleurs, la transformation digitale du groupe a été confiée à Domitille Doat. La transformation IA d'Eurazeo, a débuté par les **fonctions RH**, sous la direction d'une femme qui a su allier **expertise technologique et vision business**. Son double regard, à la fois technique et stratégique, a été un atout clé dans la réussite du projet, illustrant ainsi l'importance d'une approche combinant ces deux expertises.

Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 Montée en compétences - à l'école

JFD a lancé la première édition du prix Margaret Junior en 2020. Ce prix **cible les jeunes filles** d'Europe, d'Afrique et du Canada qui **font preuve d'innovation et d'esprit entrepreneurial**, représentant la future génération prête à changer le monde. Son **ambition est de démystifier les domaines technologiques** et les métiers du numérique, en rendant l'innovation accessible à un public plus large. Ce faisant, JFD vise à cultiver une **nouvelle génération de leaders**.



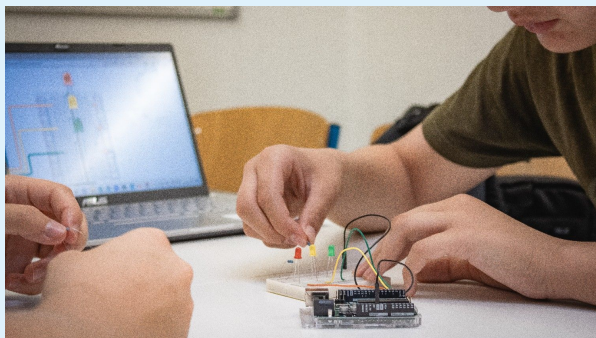
EuraTechnologies a lancé **EuraTech'Kids** : ateliers de robotique et de code pour les enfants. Grâce à des **activités ludiques** en **robotique** et en **code**, des ateliers en petit comité ou en plénière, et des activités parents-enfants, EuraTech'Kids élargit les horizons des enfants avec la culture numérique en mêlant jeu et apprentissage. La parité hommes-femmes est toujours respectée. EuraTech'Kids compte **8 000 alumni**.



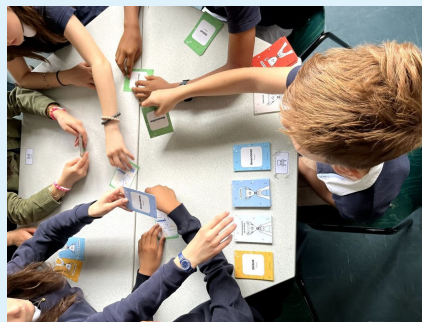
Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 Montée en compétences - à l'école

Epitech organise chaque année un programme de stages pour 1 800 lycéens, assurant la parité hommes-femmes et les initiant aux métiers de la tech et de l'IA.



À travers des jeux de cartes, des débats et des mini-jeux éducatifs, Latitudes initie les étudiants aux **métiers du numérique** et **les sensibilise** à l'impact de la technologie et aux défis de l'IA.



Augmenter la représentation des femmes

1 2 3

L'amélioration des compétences - pour la croissance professionnelle

Formation interne et externe

Le groupe La Poste mise sur le développement des compétences :
Objectif IA - un programme de formation développé avec l'Institut Montaigne et OpenClassroom pour l'ensemble des collaborateurs (84K déjà formés)

L'École Data & IA - un programme de certification pour les candidats internes et externes, conçu pour former à la Data Science, au Data Engineering, à l'Analyse de données et aux Product Owners. Afin de favoriser **la parité hommes-femmes** dans l'expertise Data & IA, un **ratio hommes-femmes strict de 50-50** est exigé pour toute nouvelle cohorte.



En tant que leader de l'IA et de l'éducation numérique en France, Epitech renforce ses programmes de formation continue en IA. L'école **accompagne les entreprises et leurs collaborateurs dans le développement des compétences essentielles en IA**, répondant ainsi à la demande croissante d'expertise en intelligence artificielle et en transformation numérique.



Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 L'amélioration des compétences - pour la croissance professionnelle

Formation interne et externe

À travers le lancement de **Carrefour.IA**, une plateforme sécurisée et facile d'utilisation, l'entreprise démocratise l'IA pour ses collaborateurs. Cette initiative vise à responsabiliser les équipes, à renforcer l'innovation et à favoriser une meilleure compréhension de l'IA, en aidant les collaborateurs à intégrer ces outils de manière transparente dans leur travail quotidien.



Label Emmaüs a lancé sa propre école numérique, proposant un **enseignement gratuit** pour promouvoir l'égalité des chances. **58 %** des étudiants sont des femmes, et 79 % obtiennent des résultats positifs à l'issue de leur formation.



Augmenter la représentation des femmes

1 2 3 L'amélioration des compétences - pour la croissance professionnelle

Événements, conférences, contenus inspirants

JFD mène des études annuelles, organise des **événements** et propose des **Masterclasses** pour promouvoir la diversité des genres dans l'industrie technologique. La dernière étude annuelle, « INVEST IN HER », met en évidence les défis et les opportunités pour les femmes dans les startups à impact. JFD a touché **20 millions de personnes**, formé 10 000 talents et soutenu la croissance de plus de 1 000 startups dans le monde.



Conclusion

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JFD



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Conclusion

Bien que les femmes restent significativement sous-représentées dans l'écosystème de l'IA, elles ont beaucoup à apporter pour rendre cette technologie plus **inclusive, responsable et éthique**, garantissant ainsi qu'elle bénéficie à l'ensemble de la société.

De nombreuses initiatives visant à renforcer la place des femmes dans le domaine de l'IA sont déjà en place, mais ces initiatives doivent encore être **amplifiées, communiquées et développées davantage**.

Le **collectif** engagé dans cette étude joue un rôle crucial pour **faire avancer ce changement**, en se consacrant à faire progresser la conversation et à repousser les limites sur cette question essentielle.

“Dans la vie il n'y a pas de solutions ; il y a des **forces** en marche : il faut les créer et les solutions suivent.”



Antoine de Saint-Exupéry
Auteur, Aviateur

Merci

Join forces and dare !

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY **JF**
D

www.joinjfd.com

jfd@thebureau.fr

Baromètre

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY **JD**

2023 a marqué un tournant dans l'intelligence artificielle mettant dans les mains du grand public des outils accessibles à tous.

2025 nous promet être pleine de rebondissements avec des technologies et des usages qui progressent de plus en plus vite, un monde qui se multipolarise, chacun se concentrant sur son territoire, une potentielle concentration de gros acteurs, la disparition d'acteurs prometteurs, un sujet réglementaire épineux....

Si la bataille sur les **Large Language Models** (LLMs) semble compliquée à gagner côté européen, l'enjeu de leur utilisation pour les entreprises européennes **au bénéfice de la transformation** de leur activité et de leur secteur est majeur.

A travers ce baromètre, nous cherchons à mesurer en quoi l'intelligence artificielle peut être un **réel facteur de progrès** si les entreprises s'en saisissent de la bonne façon. Par progrès, on entend contribuer de manière significative à améliorer divers aspects de la vie humaine, des sociétés ou de l'environnement, tout en respectant des principes éthiques.

Pour cette raison, nous avons défini **cinq piliers** afin de mesurer les progrès de manière multidimensionnelle et de réfléchir à ce qui doit évoluer pour que les entreprises européennes s'approprient pleinement le sujet et développent ou utilisent l'IA de manière responsable et efficace.



**Delphine
Remy-Boutang**
Fondateur et
PDG
JFD



**Jean-Christophe
Liaubet**
Partenaire
EY Fabernovel



**Caroline
Martin**
Partenaire
EY Fabernovel

Méthodologie

Administration d'une enquête quantitative
auprès de 400+ cadres dirigeants européens travaillant dans des entreprises de plus de 250 employés ayant une bonne vision de l'IA dans leur entreprise.

Data crunching
d'informations publiques (linkedin, rapports, financiers, etc.).

Analyse de recherches,
papiers, études et articles existants.

En collaboration avec

opinionway

Une ambition européenne et multisectorielle

Pays



France



Italie



Royaume-Uni



Espagne



Allemagne



Suède



Pays-Bas



Irlande

Secteurs



Grande consommation



Banque, finance & assurance



Divertissement, médias, télécommunications



Services Tech



Industrie pharmaceutique



Industrie de l'automobile et des transports

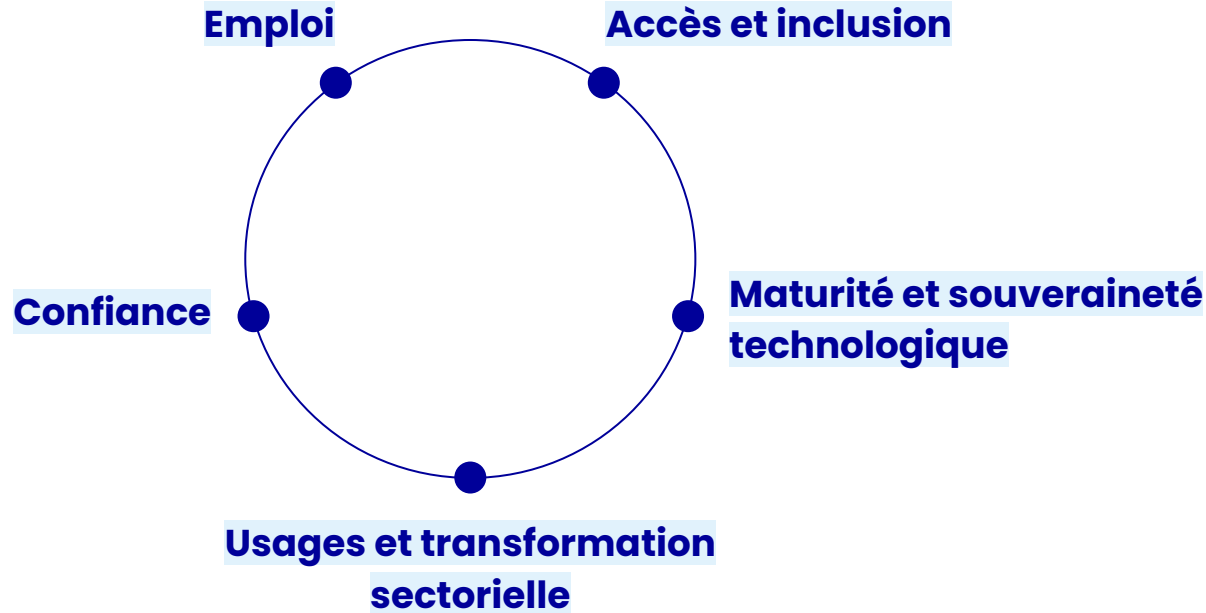


Transports, services publics et services environnementaux



Éducation

5 piliers pour analyser l'IA et les progrès



Executive summary

Dans l'ensemble, les pays européens analysés dans notre baromètre adoptent **une approche relativement uniforme** en matière d'IA, avec deux pays se démarquant : la **France et le Royaume-Uni**.

La France et le Royaume-Uni font preuve d'un **haut niveau de maturité** dans ce domaine, signalant des avancées significatives dans l'identification des **cas d'usage de l'IA** et le **déploiement de projets d'IA**. Ils reconnaissent également **l'importance stratégique** de l'IA au sein des entreprises, comme en témoigne le nombre notable de responsables de l'IA au sein de leurs équipes dirigeantes.

Ces deux pays se distinguent par des **investissements nationaux** conséquents dans l'IA, dépassant largement les autres nations européennes. De plus, ils sont **reconnus** dans les classements mondiaux de l'innovation liée à l'IA.

La France, en particulier, a mis en place des protocoles visant à **réduire les biais**, à mesurer et à **minimiser l'empreinte carbone** des projets d'IA, ainsi qu'à établir des **comités éthiques**.

L'Italie se démarque également, notamment en tant que pays comptant la **plus forte proportion de femmes** parmi les professionnels de l'IA. L'Italie a systématiquement mis en œuvre des mesures spécifiques pour garantir l'équité de genre dans l'attribution des formations en IA. De plus, le pays a instauré des protocoles pour réduire les biais, mesurer et minimiser l'empreinte carbone des projets d'IA.

En examinant les résultats par secteur, toutes les industries reconnaissent l'impact de l'IA sur leurs activités. Le secteur de la **banque et de l'assurance** apparaît comme le plus avancé, avec un plus grand nombre de cas d'usage, de preuves de concept (POC) et de projets d'IA en production par rapport aux autres secteurs étudiés.

Emploi

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JFD



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Un de premiers questionnements qui émerge quand on parle d'IA est son impact pour l'emploi.

Pour les plus positifs, elle permettra aux employés de travailler plus intelligemment et plus efficacement. La rapidité et les gains de temps sont souvent mis en avant. On entend souvent parler de l'augmentation et de la libération des employés - généralement en conjonction avec l'assurance que l'IA ne les remplacera pas et en soulignant comment elle leur permettra de passer plus de temps sur des tâches à valeur ajoutée, créatives et collaboratives.

Il est indéniable que de plus en plus d'emplois demanderont de maîtriser ces nouvelles technologies, sans forcément nécessiter de devenir un expert du sujet, sous peine de ne pas être compétitif dans un marché de l'emploi déjà en tension. L'arrivée des "agents" pourrait exacerber la précarisation de l'emploi dans des secteurs ou fonctions où des tâches simples et répétitives pourraient être plus facilement automatisables.

Impact sur l'emploi

Il est intéressant de regarder la part des emplois impactés par l'IA et ceux qui sont réellement menacés. Comme dans toute révolution technologique, certains métiers vont progressivement **disparaître au profit d'autres métiers** qui peuvent être temporaires pour assurer la transition et le développement de ces nouvelles IA mais qui après-demain seront remplacés par de nouveaux.

Productivité

L'IA est devenue un levier essentiel pour augmenter la productivité grâce à sa capacité à automatiser des tâches répétitives, optimiser les ressources et par conséquent dédier **plus de temps à l'innovation**. Si le potentiel est immense, son déploiement doit être encadré pour garantir une bonne appropriation et une utilisation éthique et responsable des outils.

Impact sur l'emploi

40%

de l'**emploi mondial est exposé à l'IA** à la fois positivement et négativement.

8%

des **emplois pourraient disparaître** à cause de l'IA.

Productivité

95%

des personnes interrogées déclarent que l'IA peut contribuer à **augmenter la productivité des employés.**

Les fonctions les plus impactées par l'IA :



Source: IMF 2024, Implement 2024,
Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Accès et inclusion

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Accès et inclusion

L'accès aux technologies ainsi que la diversité dans les équipes qui travaillent autour de l'IA sont clé pour réellement parler de progrès social mais aussi technique.

Diversité

La diversité dans les équipes travaillant sur de l'IA est importante pour assurer **qualité** des systèmes développés et pour maîtriser leur impact **éthique** et **social**.

La diversité doit être présente sur **toute la chaîne de valeur** : sur la collecte et le traitement des données entrantes, la conception des algorithmes, leur entraînement.

Elle permet de limiter les biais dans les modèles, intégrer davantage de point de vue dès la conception, favoriser l'innovation...

Accessibilité

L'accessibilité à des outils d'IA est devenue un **impératif stratégique** pour les entreprises.

Garantir l'accès à tous, s'assurer d'une bonne diversité dans l'attribution de licences, encourager les plus réticents, permettrait une utilisation plus efficace et juste de la technologie afin que personne ne soit laissé de côté.

Formation

Au niveau des études supérieures, les formations spécifiques à l'IA doivent permettre aux étudiants de développer des **compétences techniques et analytiques** cruciales, tout en intégrant des considérations **éthiques et sociétales** pour un usage responsable de ces technologies.

En entreprise, former les collaborateurs à l'IA améliore leur capacité à adopter et à intégrer ces solutions dans leurs métiers, augmentant ainsi la **productivité, l'innovation et la compétitivité** avec discernement. De plus, une meilleure compréhension de l'IA aide à anticiper les impacts sur l'emploi et à préparer les individus à des rôles évolutifs, favorisant une transition réussie vers le futur du travail.

Diversité









22%

des professionnels de l'IA dans le monde sont des femmes.

26.3%

des professionnels de l'IA de l'Union Européenne sont des femmes.

% de femmes parmi les professionnels de l'IA en Europe

	25%		30.9%
	24.1%		22.7%
	20.3%		22.4%
	25.9%		24.1%

Parmi les répondants de l'étude JFD x EY Fabernovel x OpinionWay :

65%

des entreprises européennes ont un responsable de l'IA au sein du Comité exécutif.*

29%

des responsables de l'IA dans les entreprises européennes sont des femmes.*

12%

des chercheurs en IA dans le monde sont des femmes.

13.3%

des chefs de départements de recherche en IA en Europe sont des femmes.

30%

des intervenants aux grands événements de l'IA en Europe sont des femmes.

Source : McKinsey x Eightfold AI 2022, Revelio Labs 2024, WEF 2022, LinkedIn AI dans l'UE 2024, EY Fabernovel Analysis 2025, *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Diversité

29%

des **responsables de l'IA** sont **des femmes**.*



38%



38%



18%



35%



51%



11%



4%



1%

67%

ont mis en place des mesures spécifiques pour assurer
l'équité de genres dans l'attribution des licences d'IA.*



87%



77%



62%



61%



91%



89%



51%



49%

Source : *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Accessibilité*

95%

des répondants donnent **accès à des outils d'IA** à leurs employés.

47%

déclarent que ces outils sont **accessibles à tous**.

Parmi les entreprises qui donnent accès à des outils d'IA à leurs employés :

- **89 %** fournissent des outils d'IA qui ne sont **pas spécifiquement développés** pour l'entreprise.
- **54 %** proposent des **abonnements payants** à des outils d'IA générative.
- **48%** fournissent des outils d'IA **spécifiquement développés** par leur entreprise. En France, ce taux s'élève à 62 %, le plus élevé parmi les pays analysés.

Source : *Étude EY Fabernovel x Opinionway 2025

Formation

35.8%

des **diplômés dans le domaine des STGM** en Europe sont des femmes.

98%

des universités en Europe dispensent **des formations spécifiques à l'IA.**
(parmi les 30 plus grandes universités d'Europe)

54%

des répondants **proposent une formation sur l'IA** à leurs employés.*

Parmi ces entreprises :

81%

avoir mis en place des mesures spécifiques pour assurer **l'équité de genre** dans l'attribution des **formations sur l'IA.***



96%



75%



92%



73%



96%



75%



89%



74%

Source : *Étude EY Fabernovel x Opinionway 2025, Eurostat 2022, Analyse EY Fabernovel 2025

Confiance

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JFD



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Confiance

La confiance dans l'IA est essentielle pour assurer son **adoption** et une **utilisation responsable**. Cette confiance repose sur : la transparence, l'éthique, la fiabilité et la responsabilité. La réglementation impose un cadre en parallèle, les entreprises doivent s'inscrire dans une démarche permettant d'encadrer la pratique en termes de conception mais aussi en termes d'utilisation. Par exemple, une requête sur ChatGPT-3 est actuellement 10 fois plus énergivore qu'une requête sur Google, 15 fois pour plus GPT-4, d'où l'enjeu de développer l'esprit critique des collaborateurs face à l'utilisation de ces outils en fonction de la tâche à réaliser.

Biais et transparence

Une IA de confiance doit être **compréhensible** avec des algorithmes et des **décisions explicables**. Les entreprises qui les développent doivent mettre en place les mécanismes qui permettent de tester leurs data, leurs algorithmes et de documenter leur fonctionnement.

Éthique et régulation

Donner un cadre à l'utilisation et au développement de l'IA est primordial pour éviter les abus, les utilisations ayant un impact négatif sur l'entreprise, la société, les individus et l'environnement.

L'EU AI Act permet de classer les IA en fonction de leur niveau de risque. En fonction de la criticité, les IA doivent répondre à des exigences strictes en matière de transparence, de sécurité et de gestion de données.

Cybersécurité

Les IA peuvent être ciblées par des **attaques** visant à manipuler les comportements, voler des informations sensibles ou compromettre leur intégrité. Des **tests de sécurités** peuvent être en place pour s'assurer de la robustesse des IA.

Environnement

L'impact de l'IA soulève des préoccupations croissantes, en raison notamment de la **consommation énergétique** lié à son fonctionnement (stockage des données, puissance de calcul, entraînement...). Certaines entreprises commencent à mettre en place des actions pour limiter l'impact : compression de modèles, optimisation d'algorithmes, edge computing, éducation des collaborateurs au recours à l'IA...

Confiance

Parmi les répondants :

Biais et transparence

51% ont mis en place des **protocoles pour tester et corriger** leurs biais et mécanismes.*



53% ont mis en place des procédures pour **documenter** les algorithmes et/ou les données utilisées.*



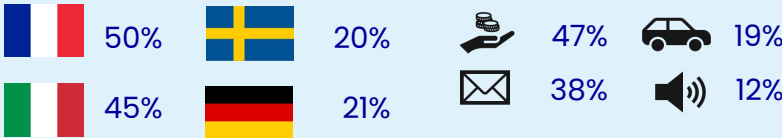
Cybersécurité

58% ont réalisé des **tests de sécurité**.*



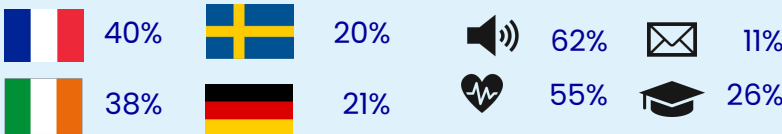
Environnement

29% ont défini des processus pour mesurer et limiter leur **empreinte carbone**.*



Éthique et régulation

33% ont créé des **comités éthiques**.*



Source: *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Maturité et souveraineté technologique

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Maturité et souveraineté technologique

La position de l'Europe en termes de grands modèles d'IA questionne et fait débat. Si son retard semble marqué par rapport aux Etats-Unis ou la Chine, l'Europe continue à investir massivement sur le sujet et à définir un cadre réglementaire innovant et éthique. Aujourd'hui, pour certains utilisateurs de LLMs, il est important de tester et de diversifier le recours à ces différents outils tant les fonctionnalités et performances évoluent vite et l'avenir des structures qui les développent est incertain. Doit-on favoriser le recours à des solutions européennes quitte à avoir des performances plus limitées ou bien se concentrer sur les outils les plus performants ? Se dirige-t-on vers une multiplication des LLMs spécialisés où l'Europe pourrait développer une position stratégique avec des modèles conformes aux normes éthiques et de protection des données ou bien les gros modèles généralistes qui coûtent très chers à entretenir concentreront la très grande partie du marché ?

Modèles

Les IA spécifiques font appel à de Large Language Models, ces modèles dont les fonctionnalités et les performances évoluent rapidement deviennent progressivement des bases incontournables. Quels seront les modèles gagnants une fois le marché stabilisé ?

Investissements

Développer et maintenir une IA demande de forts investissements (infra, données, RH, entraînement, maintenance...), le secteur est très intensif en capital et même les entreprises rentables continuent souvent à lever des fonds pour maintenir leur avantage et financer leur croissance.

Propriété intellectuelle

Les demandes de brevets en IA ont connu une forte augmentation ces dernières années. Des méthodes d'optimisation d'apprentissage de LLMs ou bien des utilisations dans des domaines spécifiques sont protégées intellectuellement. La brevetabilité varie selon les juridictions, en Europe par exemple, les logiciels en tant que tels ne sont pas brevetables sauf s'ils apportent une contribution technique supplémentaire.

Maturité et souveraineté technologique

Modèles

74%

des entreprises européennes interrogées **n'ont pas développé leur propre LLM** (Large Language Model),*

bien que **61%** d'entre elles envisagent de **développer leur propre LLM** à l'avenir.*

14%

des **28 LLM les plus utilisés** dans le monde sont européens.

Propriété intellectuelle

2%

des brevets d'IA accordés dans le monde étaient **européens**. La Chine et les États-Unis représentaient respectivement 61 % et 20 % (2022).

62%

d'augmentation du nombre de brevets d'IA délivrés entre 2021 et 2022 dans le monde.

Source : *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway, Analyse EY Fabernovel 2025, Indice Stanford AI 2024

Maturité et souveraineté technologique

Investissements

65%

des États membres de l'Union européenne **ont mis en œuvre une stratégie d'investissement dans l'IA.**

Montant des stratégies d'investissement (en €)

 3 milliards	 600 millions
 1,5 milliard	 200 millions
 1,16 milliard	 95 millions
 1 milliard	 27 millions

25%

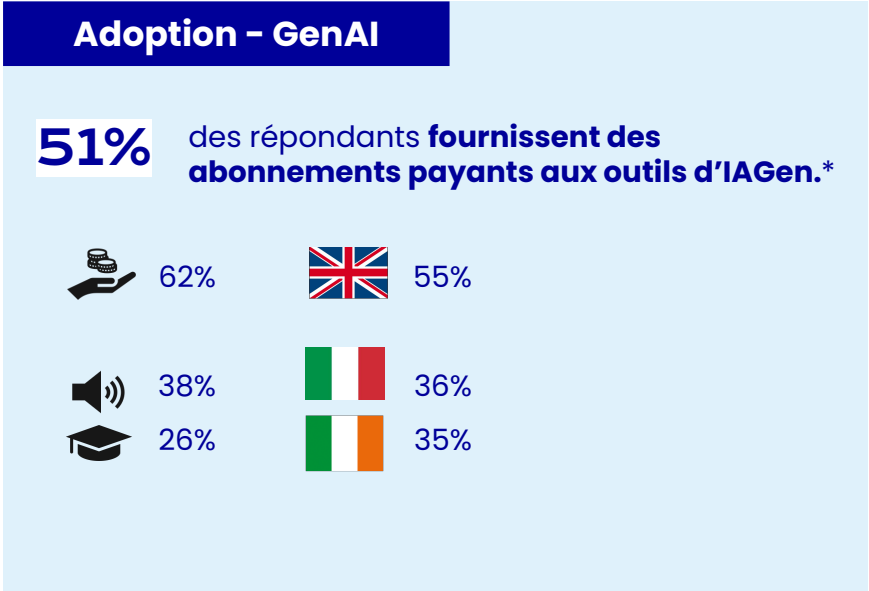
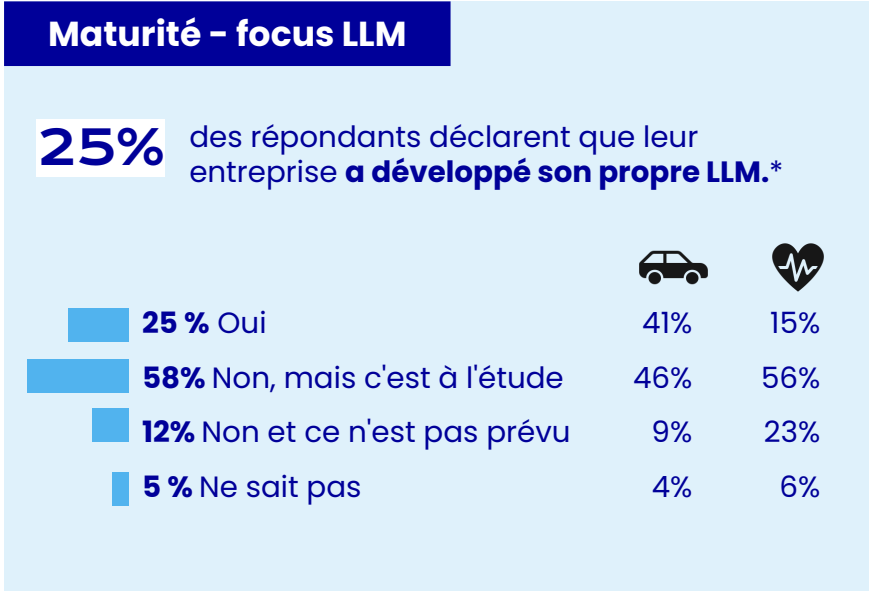
du total des investissements en **capital-risque de l'Europe ont été consacrés aux startups d'IA en 2024**, soit une augmentation de **15 %** par rapport aux années précédentes.

Global AI Vibrancy Ranking (Indice IA – Stanford)

 2ème	 15ème
 6ème	 17ème
 9ème	 19ème
 11ème	 23ème

Source : Analyse EY Fabernovel 2025, Opentools 2024, Stanford 2023

Maturité et souveraineté technologique



Source : *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Usages et transformation sectorielle

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Usages et transformation sectorielle

Si l'Europe peine sur la question des grands modèles, il est crucial de **gagner la bataille des usages**. C'est à dire la capacité à maîtriser les outils qui permettent de développer des applications qui feront la différence sur le secteur ou bien qui feront gagner en productivité pour se concentrer sur des actions à plus de valeur ajoutée. Va-t-on demain créer une certaine interdépendance avec les grands modèles qui permettra de déployer un écosystème performant au service des cas d'usages ou va-t-on vers des écosystèmes européens en autarcie qui traiteront l'ensemble de la chaîne de valeur ?

Impact sectoriel

L'IA a le potentiel de transformer profondément les secteurs, en redéfinissant de nombreux processus, en améliorant la productivité mais surtout en ouvrant de nouvelles perspectives de développement pour adresser des sujets qu'il était impossible d'adresser auparavant.

Adoption

Là où certaines entreprises en sont aux balbutiements concernant l'IA, d'autres ont intégré depuis de nombreuses années le sujet et se sont organisées pour dépasser le stade du PoC et intégrer l'IA dans leur processus, dans les services proposés à leurs clients pour développer un réel avantage compétitif sur leur marché.

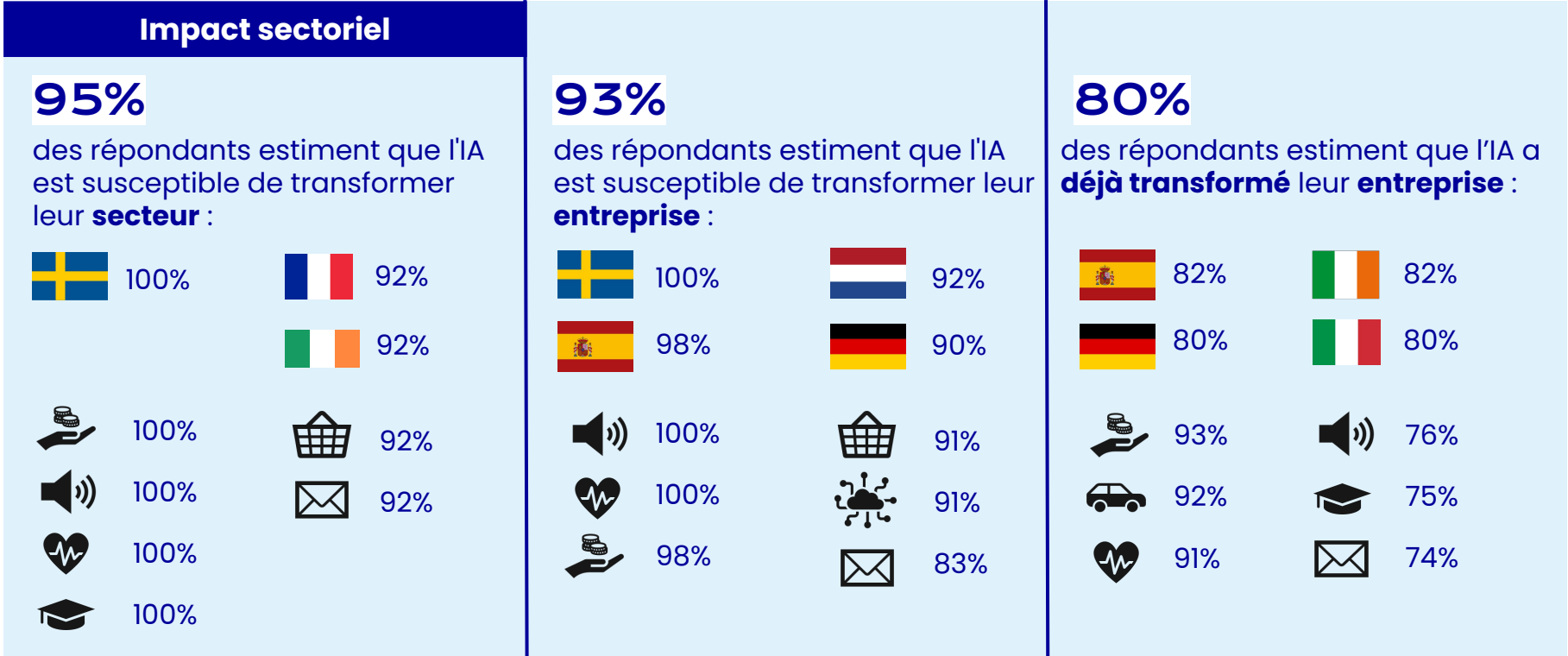
Investissement

Pour permettre de développer de vrais avantages compétitifs, la question de la part d'investissement est cruciale, et si l'IA peut permettre de gagner en productivité elle peut aussi coûter cher (consommation de tokens, achats de licences, coûts liés la conception, l'entraînement...) avec des modèles financiers amenés à évoluer dans les prochaines années.

Gouvernance

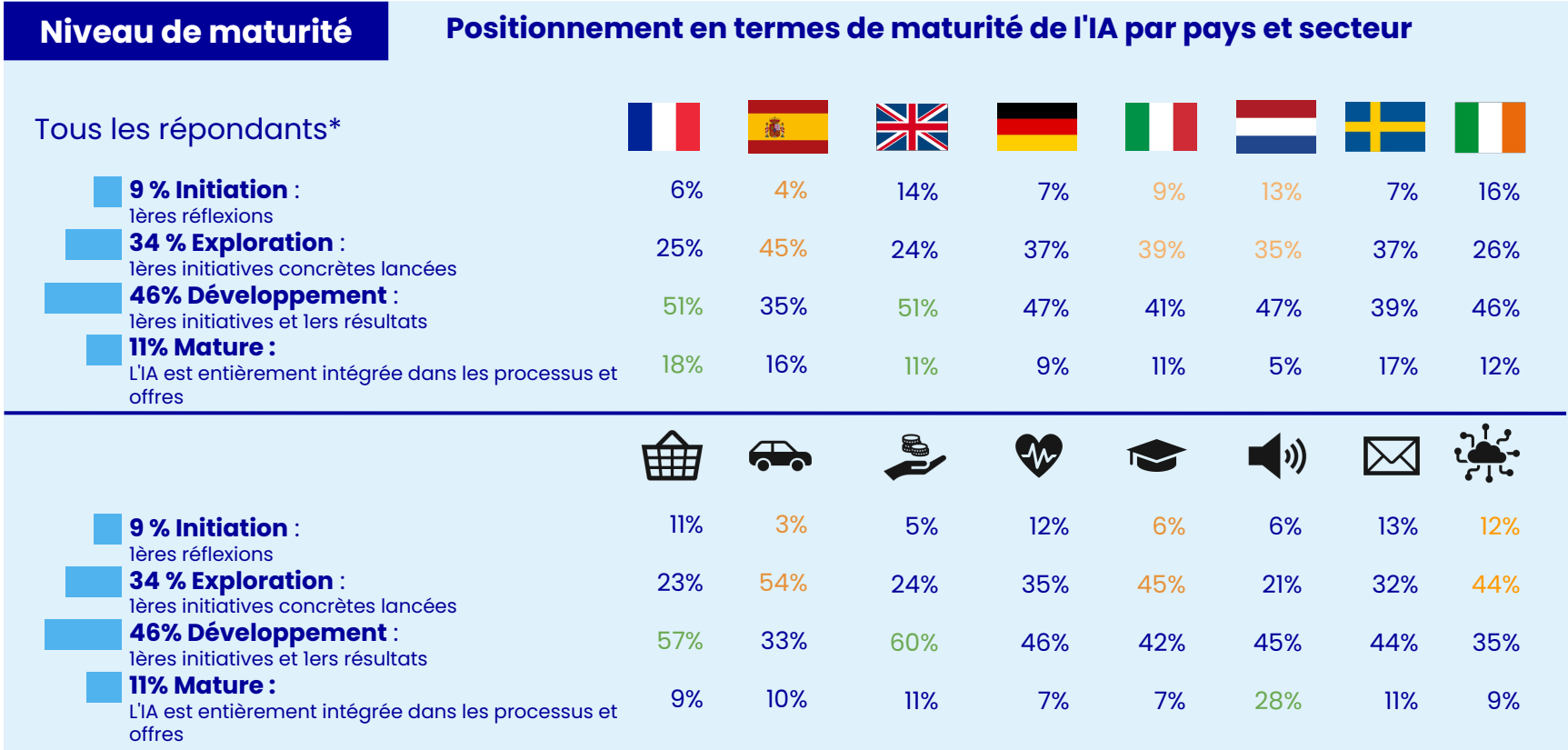
L'IA devenant stratégique il est naturel, que cette "fonction" soit représentée au plus haut des instances décisionnelles. En découle des stratégies autour, des investissements et de la gouvernance. Responsable IA, demain CEO ?

Usages et transformation sectorielle



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Usages et transformation sectorielle

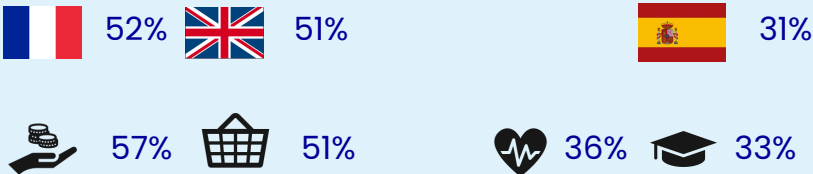


Source : *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

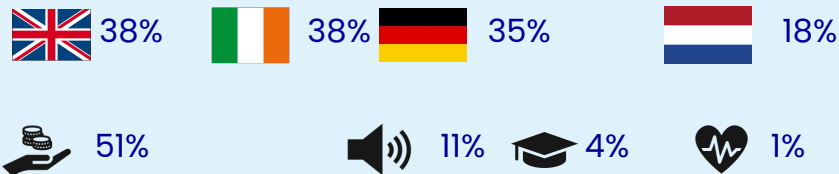
Usages et transformation sectorielle

Adoption - 1er niveau

44% des répondants*
ont identifié des cas d'usage d'IA pour leur entreprise.



14% des répondants*
ont lancé des PoCs.



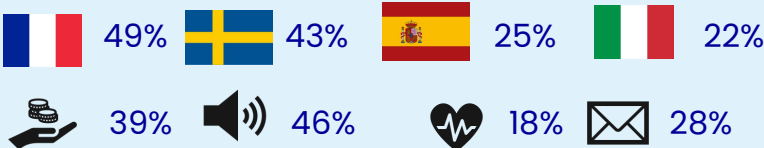
Source: *Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Usages et transformation sectorielle

Adoption - 2e niveau

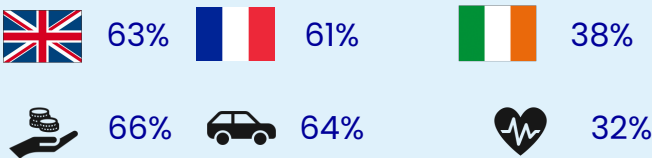
34% des répondants

mis en production des projets basés sur l'IA.

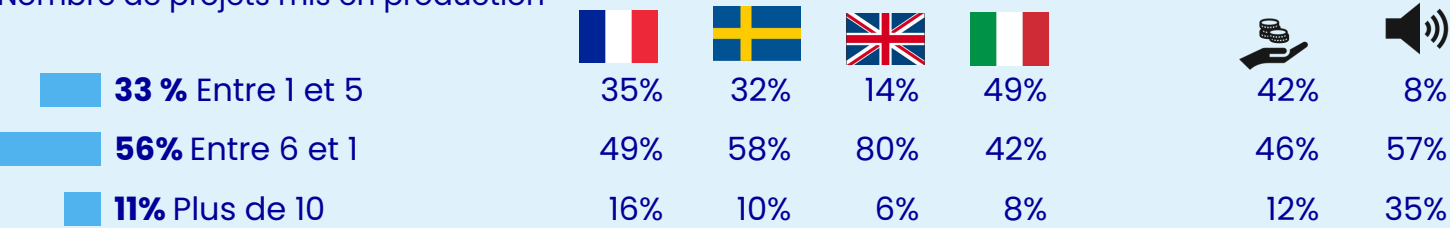


53% des répondants

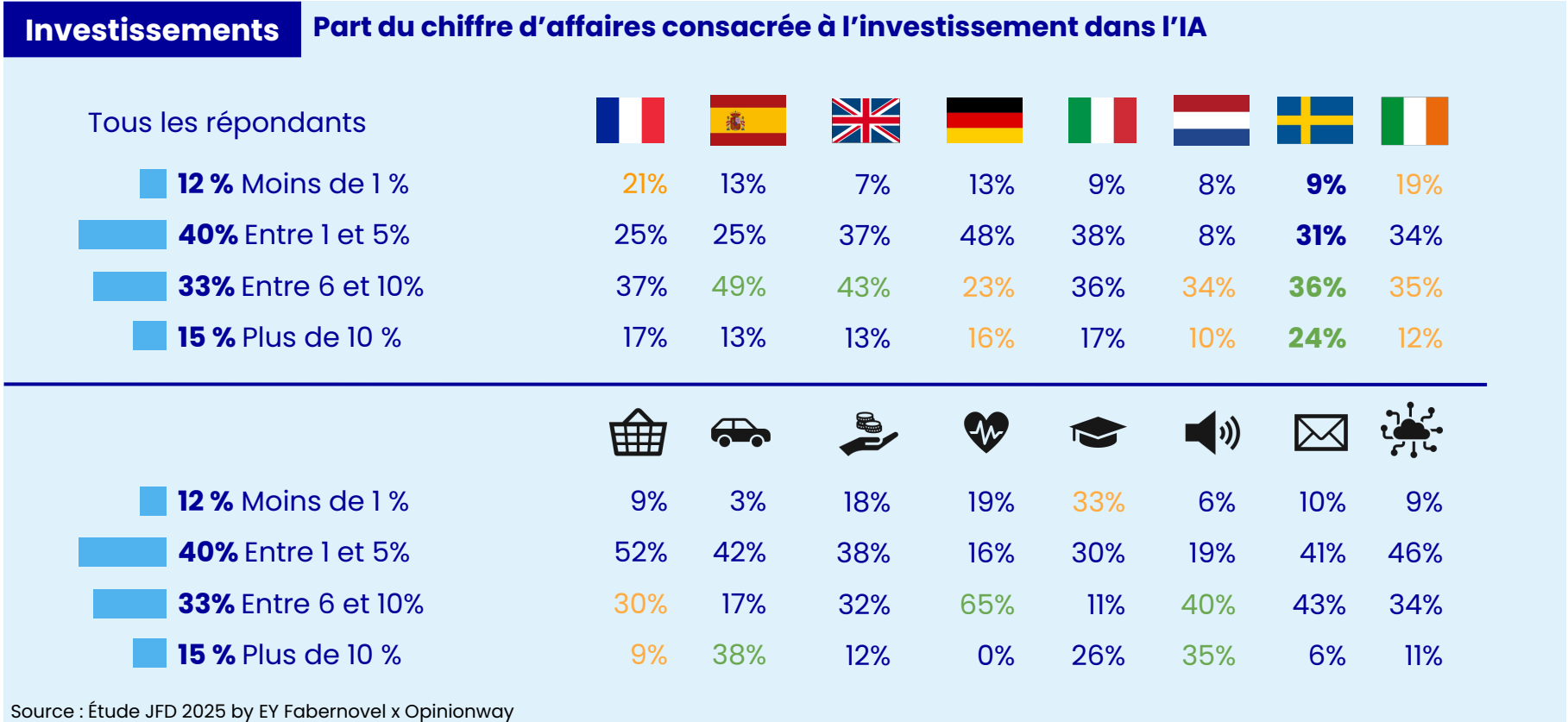
ont intégré des solutions d'IA dans leurs processus opérationnels.



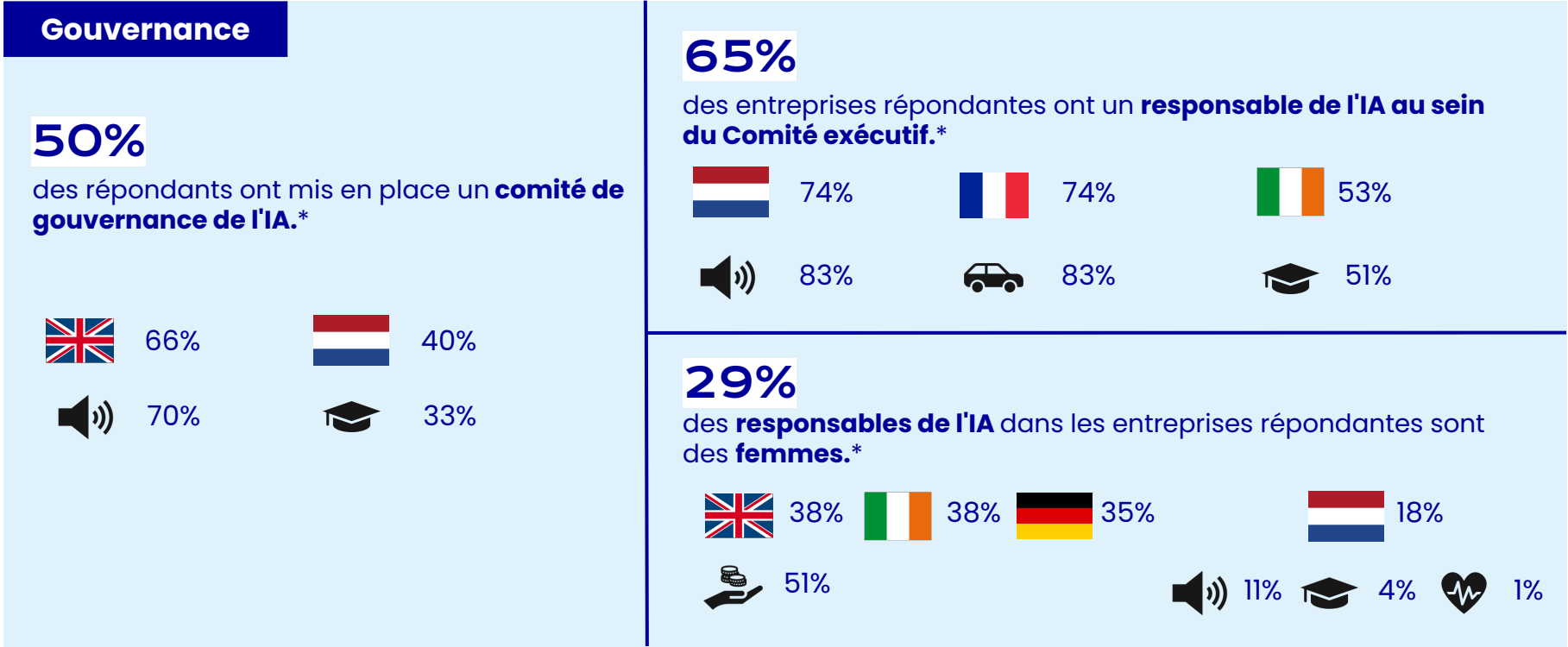
Nombre de projets mis en production



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway



Usages et transformation sectorielle



Source : Étude JFD 2025 by EY Fabernovel x Opinionway

Conclusion

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JFD



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Principaux enseignements sur chaque pilier du baromètre

Emploi

40% de l'emploi mondial est exposé à l'IA, à la fois positivement et négativement.

95% des entreprises interrogées indiquent que l'IA peut contribuer à accroître la productivité des employés.

Confiance

51% des entreprises interrogées ont mis en place des protocoles pour tester et corriger leurs biais.

29% des entreprises interrogées ont établi des processus pour mesurer et limiter l'empreinte carbone de leurs projets d'IA.

Usages et transformation sectorielle

53% des entreprises interrogées ont intégré des solutions d'IA dans leurs processus opérationnels.

34% des entreprises interrogées ont mis en production des projets basés sur l'IA.

88% des entreprises interrogées augmenteront leurs investissements dans l'IA au cours des 12 prochains mois.

Accès et inclusion

29% des responsables de l'IA des entreprises interrogées sont des femmes .

95% des entreprises interrogées donnent à leurs employés un accès aux outils d'IA.

47% déclarent que ces outils sont accessibles à tous.

Maturité et souveraineté technologique

25% des entreprises interrogées déclarent qu'elles ont développé leurs propres LLMs.

14% des 28 LLMs les plus utilisés dans le monde sont européens

Merci

Unir nos forces et oser !

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY **JF**
D

www.joinjfd.com

jfd@thebureau.fr

Annexes

IA BAROMÈTRE EUROPÉEN BY JF D



FABERNOVEL

WOMEN RAISING

Contributeurs



Delphine Remy-Boutang
Fondatrice & CEO
JFD



Matthieu Olivier
Transformation & Innovation
Director, Data & AI
Groupe La Poste



Vania Pecheu-Bovet
Head of global
data & AI strategy
Carrefour



Koussée Vanecke
CEO
EuraTechnologies



Ariane Thomas
Global Tech Director
of Sustainability
L'Oréal Groupe



Beatrice Dautzenberg
International Director
Beauty Tech Services
L'Oréal Groupe



Vanessa Masliah
Directrice Communication
L'Oréal Beauty Tech
L'Oréal Groupe



Laura Hassan
Managing Director
Epitech



Isabelle Hebert
Member of the Executive
Committee in charge of Data,
Engagement, Marketing and
Strategy, Allianz



Laurence Bronner
Chief of staff to the Head
of Data, Engagement,
Marketing & Strategy, Allianz



Mélanie Conrard
Brand Partnerships
Manager, Allianz



Domitille Doat
Chief Digital
and Information Officer
Eurazeo



Alexandra Ruez
VP & Senior Partner,
Business Transformation
Services Leader IBM Consulting



Karine Boullier
Global Head of Upskilling,
Manufacturing & Supply
Sanofi



Céline Boudière
Marketing & Digital Director
Meetic Europe



Gabrielle Gleysteen
Chief Product Officer
Meetic Europe



Fabienne Arata-Camps
Country Manager
LinkedIn France



Julie Huguet
GM Mission
FrenchTech



Caroline Chopinaud
General Manager
Hub FranceIA

Équipe



Delphine Remy-Boutang
Fondatrice et CEO
JFD



Stéphanie Elbaz
Head of Content
JFD



Laurence Lucas
Head of Partnerships
JFD



Mélissa Rancé
Head of Communication
JFD



Jean-Christophe Liaubet
Associé
EY Fabernovel



Caroline Martin
Associée
EY Fabernovel



Melina Skourias
Manager
EY Fabernovel



Inès Sahli
Consultante junior
EY Fabernovel

A propos de JFD

JFD – Join Forces & Dare– est une entreprise internationale créée en 2012 par Delphine Remy-Boutang.

Accélérateur tech, JFD se mobilise depuis plus de 10 ans pour faire émerger les rôles-modèles et leaders de demain. Actif en Europe, en Afrique et au Canada, JFD réunit acteurs privés, publics et médias pour permettre aux femmes d'investir le monde de la tech.

En 2025, JFD a mis l'audace et le collectif au cœur de son projet pour assurer l'émergence de femmes inspirantes dans l'IA au travers sa campagne women rAising. Depuis plus de 10 ans, JFD agit avec des initiatives phares telles que le prix "les Margaret" sous le haut patronage du Président de la République Française, la Fondation Margaret, le JFD Club, ses événements, le Mouvement des Chemises Blanches...

À travers ses actions, ses études annuelles et publications qui font référence comme son dernier ouvrage publié chez Flammarion : *"Athlètes de l'innovation"*; JFD a touché 20 millions de personnes, formé plus de 10 000 talents et soutenu la croissance de plus de 1000 startups.

A propos de Opinionway

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion. Une mission : rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, BtoC & BtoB, en intégrant notamment à ses méthodologies le Social Media Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires, le text mining et le storytelling.

A propos de EY

EY s'engage à bâtir un monde meilleur, en créant de la valeur sur le long terme pour nos clients et nos collaborateurs aussi bien que pour la société et la planète dans leur ensemble, tout en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

En s'appuyant sur le traitement des données, l'IA et les nouvelles technologies, les équipes EY contribuent à créer la confiance nécessaire à nos clients pour façonner un futur à l'épreuve des défis les plus pressants d'aujourd'hui et demain.

À travers tout un éventail de services allant de l'audit au consulting en passant par la fiscalité, la stratégie et les transactions, les équipes d'EY sont en mesure de déployer leur expertise dans plus de 150 pays et territoires. Une connaissance approfondie du secteur, un réseau international et pluridisciplinaire ainsi qu'un écosystème de partenaires aussi vaste que diversifié sont autant d'atouts qui permettront à EY de participer à la construction d'un monde plus équilibré.

Ensemble pour créer un futur riche d'opportunités.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur ey.com/privacy. Les cabinets membres d'EY ne pratiquent pas d'activité juridique lorsque les lois locales l'interdisent. Pour plus d'informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site ey.com.

EY Fabernovel est une entreprise internationale, experte du conseil en transformation stratégique, et de la création de produits et de services innovants. Créé en 2003 par Stéphane Distinguin, Fabernovel est devenu EY Fabernovel le 5 juillet 2022, fruit du rapprochement avec EY Consulting pour devenir le leader de la convergence des transitions numériques et écologiques en Europe.

© 2025 – Ernst & Young Advisory
Tous droits réservés.
SCORE No. 2025-018
ED None

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale, juridique ou autre. Pour toute question spécifique, veuillez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr