

opinionway,

— POUR —

seo.fr

Moteurs de recherche et outils d'IA

Résultats | mars 2026





La méthodologie

opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour SEO.fr** »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1013 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 20 au 25 février 2026**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants et de 2,3 à 5,3 points pour un échantillon de 350 répondants.



Le profil de l'échantillon

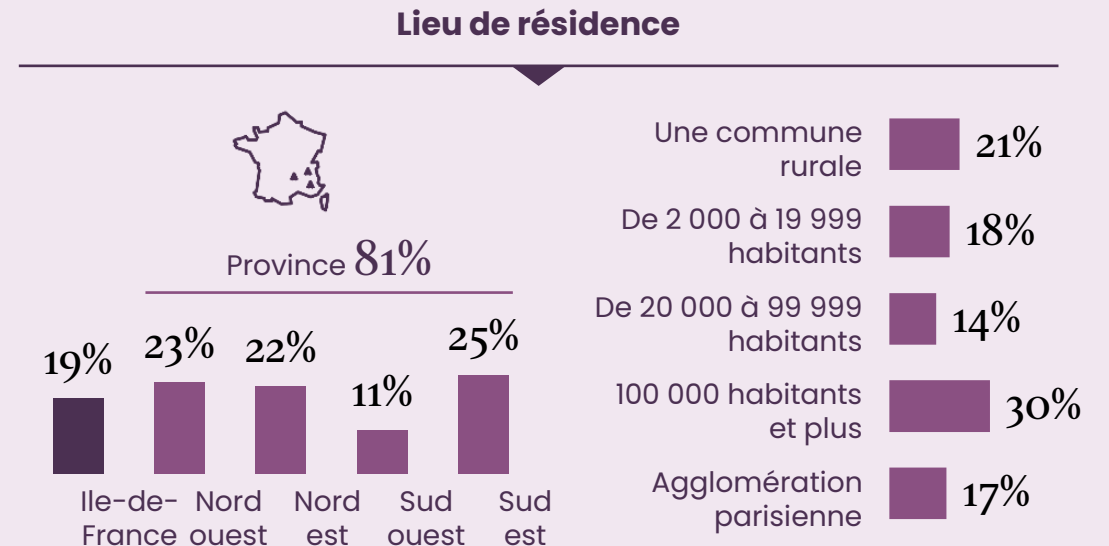
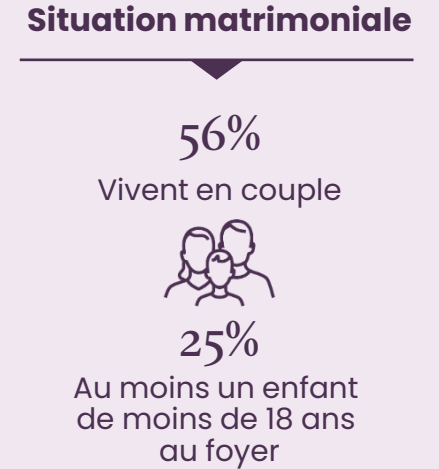
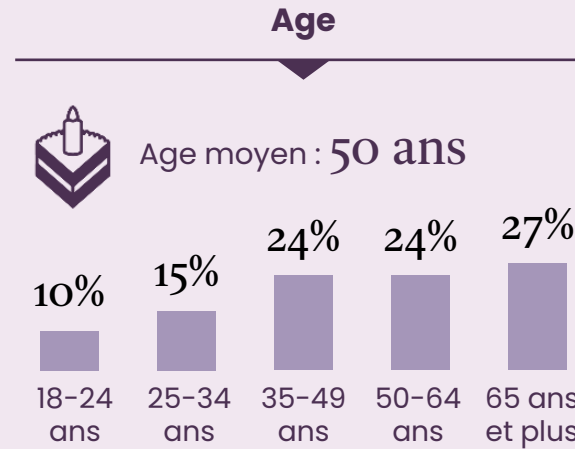
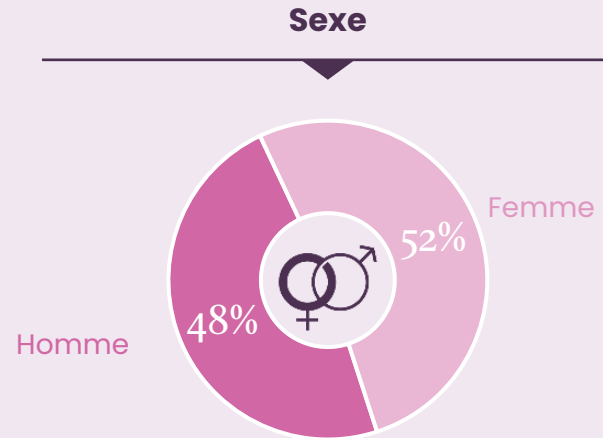
opinionway

Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE





Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock



2 Français sur 5 déclarent utiliser occasionnellement ou souvent des outils d'IA pour effectuer leurs recherches sur Internet.

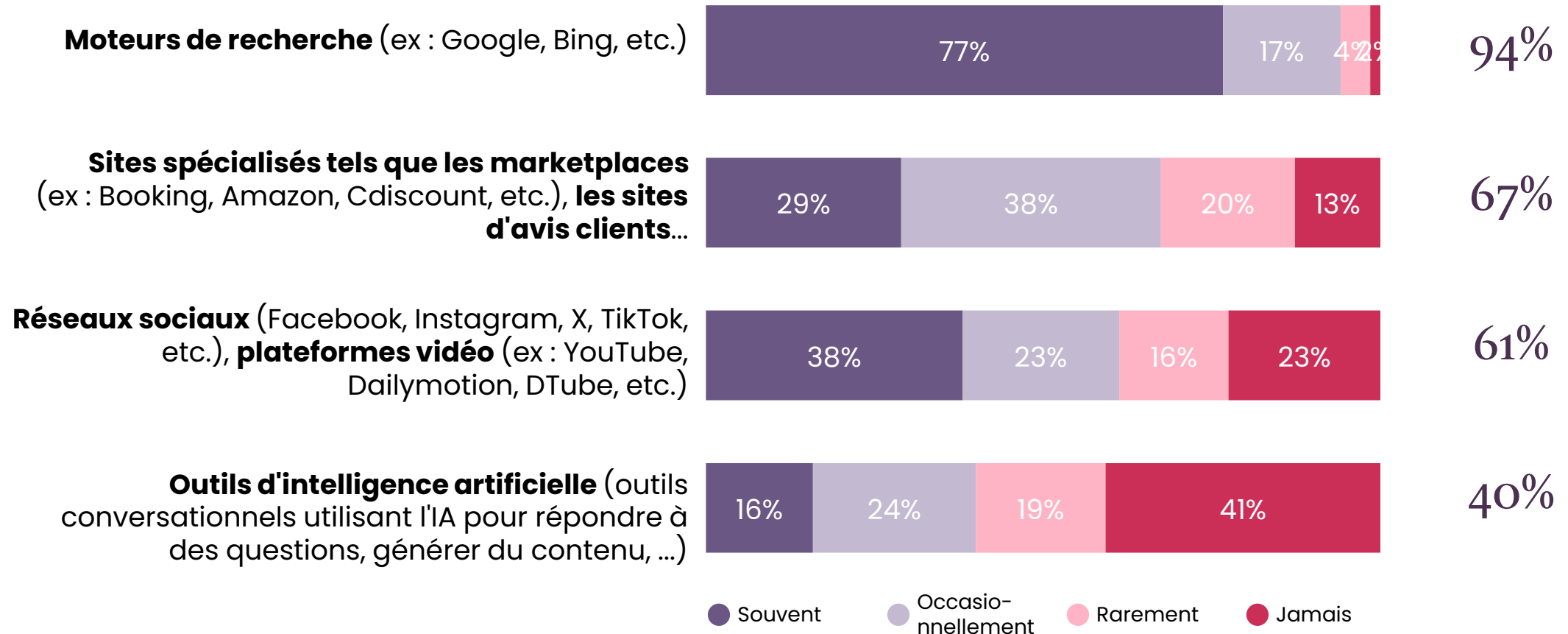


1013 personnes

SEO1. De façon générale, pour vos recherches sur internet, à quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants ? *Pensez à l'ensemble de vos recherches, quels que soient le sujet et le contexte (à titre privé et/ou professionnel).*

Une seule réponse possible par modalité de réponse

TOP2 (Souvent + Occasionnellement)





Détail par sous-cibles



1013 personnes

SEO1. De façon générale, pour vos recherches sur internet, à quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants ? Pensez à l'ensemble de vos recherches, quels que soient le sujet et le contexte (à titre privé et/ou professionnel).

Une seule réponse possible par modalité de réponse

TOP2 (Souvent + Occasionnellement)	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<i>Base</i>	1013	448	565	190	823	328	256	429
Moteurs de recherche (ex : Google, Bing, etc.)	94%	95%	93%	93%	94%	97%	93%	93%
Sites spécialisés tels que les marketplaces (ex : Booking, Amazon, Cdiscount, etc.), les sites d'avis clients...	67%	69%	67%	67%	67%	71%	73%	61%
Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, X, TikTok, etc.), plateformes vidéo (ex : YouTube, Dailymotion, DTube, etc.)	61%	58%	65%	83%	54%	66%	70%	53%
Outils d'intelligence artificielle (outils conversationnels utilisant l'IA pour répondre à des questions, générer du contenu, ...)	40%	41%	39%	66%	32%	49%	43%	31%

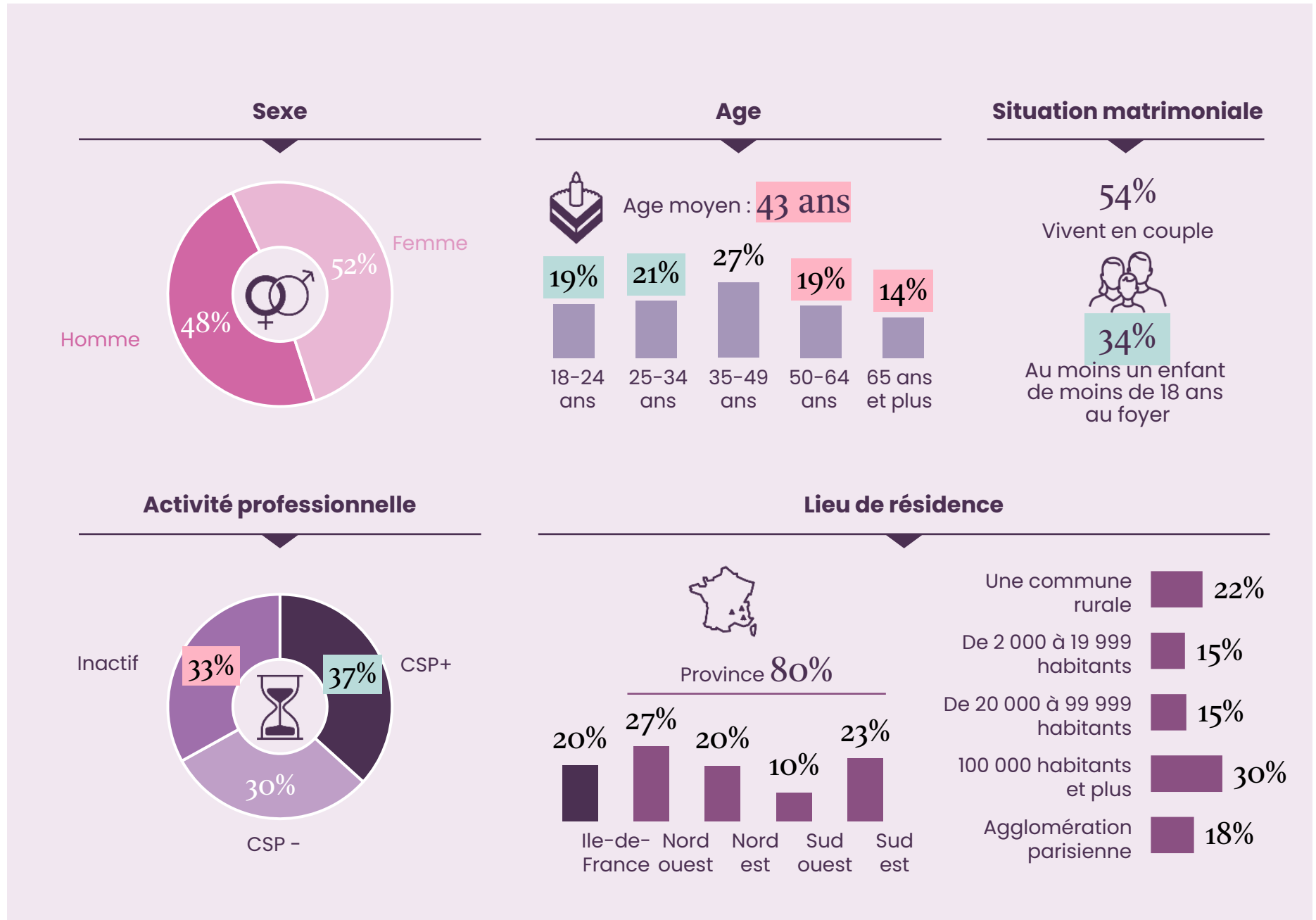
X% X% Différence significative par rapport au total

Le profil des utilisateurs* moteurs de recherche ET outils IA

41%

N=388

Un profil d'utilisateurs âgés en moyenne de 43 ans, davantage CSP+, et ayant au moins un enfant de moins de 18 ans au sein du foyer.

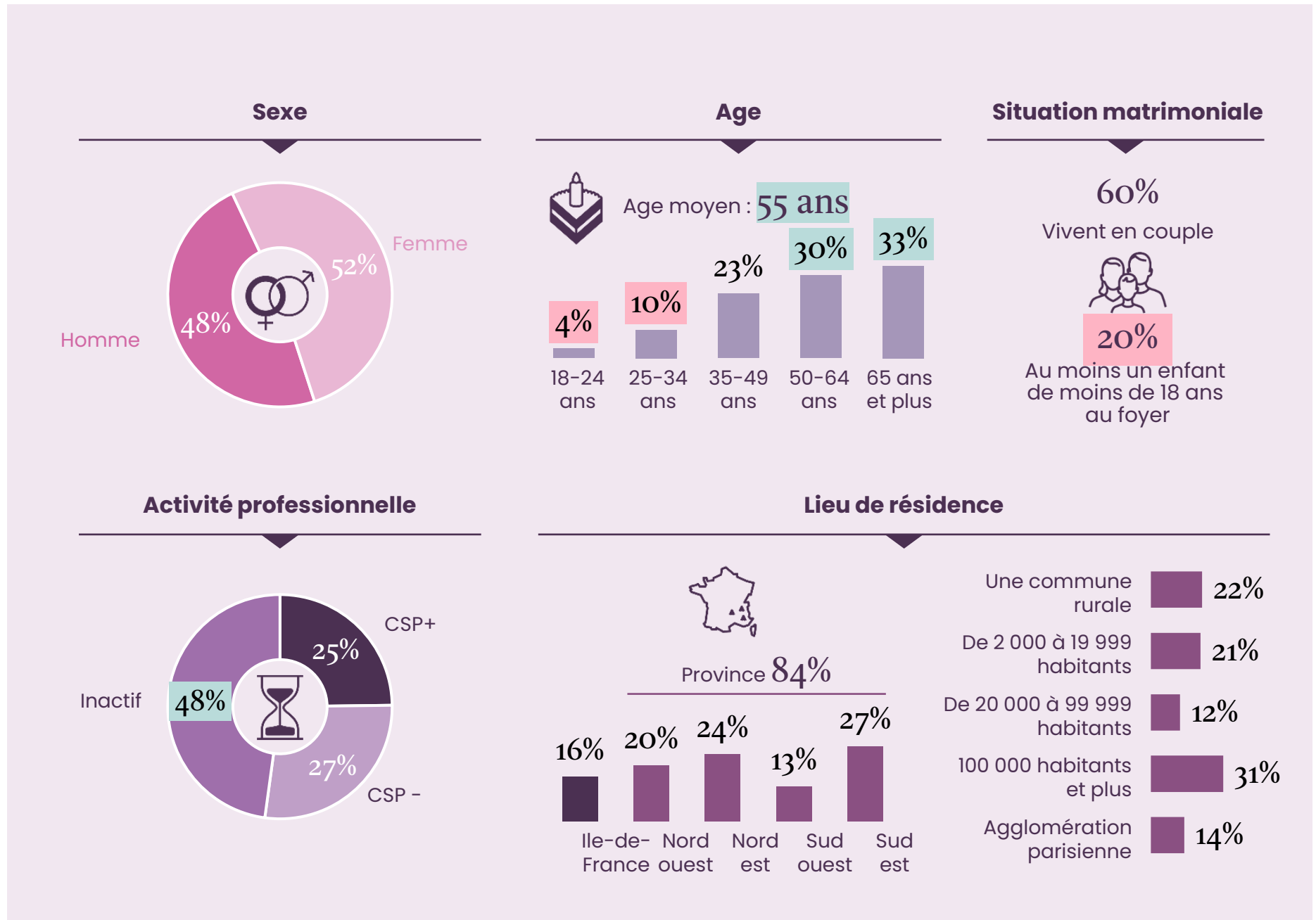


Le profil des utilisateurs* moteurs de recherche n'ayant pas recours aux outils d'IA

58%

N=567

Un profil d'utilisateurs âgés en moyenne de 55 ans, davantage inactifs





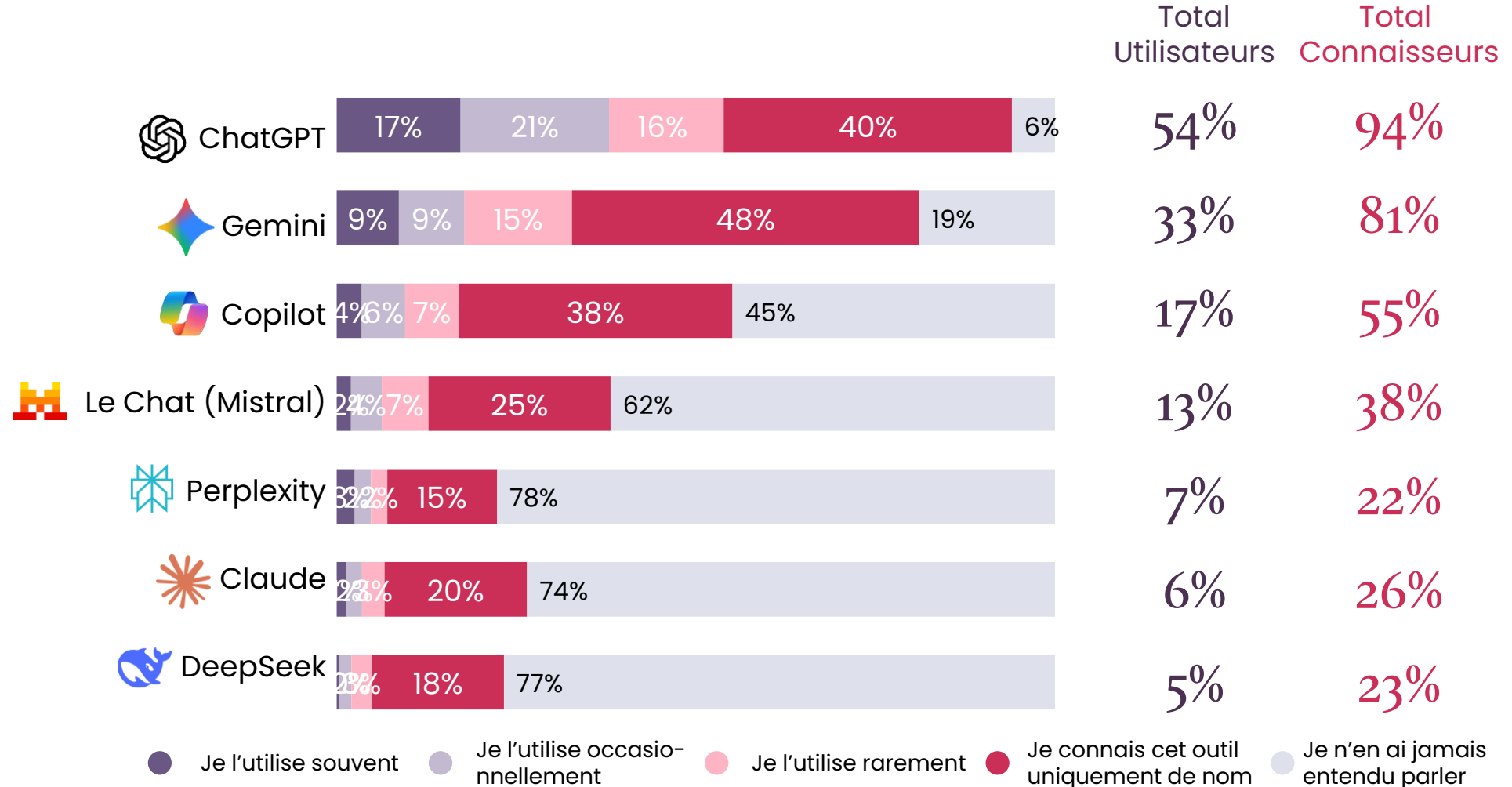
ChatGPT est de loin l'outil d'IA leader, tant en termes d'utilisation que de notoriété, devant Gemini et Copilot. *Perplexity, Claude et DeepSeek figurent parmi les IA les moins connues des Français.*



1013 personnes

SEO2. Voici maintenant une liste d'outils d'intelligence artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :

Une seule réponse possible par modalité de réponse





Détail par sous-cibles



1013 personnes

SEO2. Voici maintenant une liste d'outils d'intelligence artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :

Une seule réponse possible par modalité de réponse

Total - Utilisateurs	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<i>Base</i>	1013	448	565	190	823	328	256	429
ChatGPT	54%	53%	55%	79%	46%	68%	56%	43%
Gemini	33%	36%	30%	49%	28%	41%	31%	28%
Copilot	17%	20%	15%	23%	15%	26%	14%	14%
Le Chat (Mistral)	13%	16%	10%	20%	11%	22%	10%	9%
Perplexity	7%	8%	6%	13%	5%	11%	5%	4%
Claude	6%	7%	6%	12%	5%	12%	4%	4%
DeepSeek	5%	7%	2%	10%	3%	7%	5%	3%

X% X% *Différence significative par rapport au total*



Détail par sous-cibles



1013 personnes

SEO2. Voici maintenant une liste d'outils d'intelligence artificielle. Pour chacun de ces outils, merci d'indiquer la situation qui vous correspond le mieux :

Une seule réponse possible par modalité de réponse

Total - Connaisseurs	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<i>Base</i>	1013	448	565	190	823	328	256	429
ChatGPT	94%	95%	93%	98%	93%	96%	94%	93%
Gemini	81%	85%	78%	88%	79%	86%	81%	77%
Copilot	55%	62%	49%	62%	53%	66%	48%	53%
Le Chat (Mistral)	38%	47%	30%	49%	35%	50%	34%	33%
Perplexity	22%	29%	16%	38%	17%	31%	18%	18%
Claude	26%	32%	21%	42%	22%	38%	26%	19%
DeepSeek	23%	32%	15%	38%	18%	32%	22%	18%

X% X% *Différence significative par rapport au total*



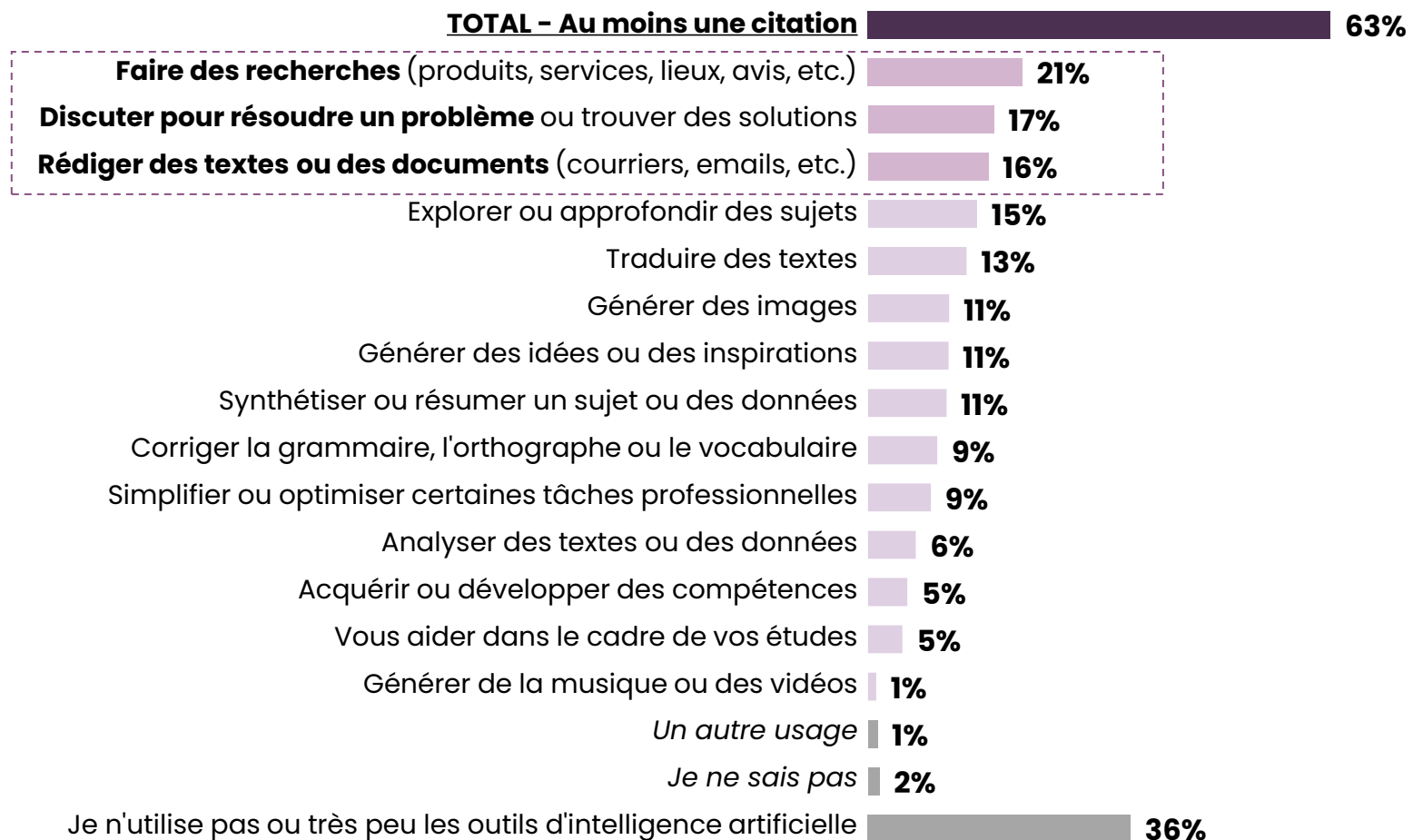
Des outils d'IA utilisés en premier lieu pour effectuer des recherches, résoudre des problèmes et rédiger des textes/documents.



1013
personnes

SEO3. Quels sont vos principaux usages des outils d'intelligence artificielle ?

Plusieurs réponses possibles – 3 maximum





Détail par sous-cibles

SEO3. Quels sont vos principaux usages des outils d'intelligence artificielle ?

Plusieurs réponses possibles – 3 maximum



1013 personnes

	% Total	SEXE		ÂGE		STATUT		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<i>Base</i>	1013	448	565	190	823	328	256	429
TOTAL - Au moins une citation	63%	63%	63%	83%	56%	77%	63%	52%
Faire des recherches	21%	20%	22%	26%	19%	27%	22%	16%
Discuter pour résoudre un problème ou trouver des solutions	17%	17%	17%	24%	15%	22%	14%	16%
Rédiger des textes ou des documents	16%	15%	17%	19%	15%	21%	15%	13%
Explorer ou approfondir des sujets	15%	15%	15%	13%	15%	16%	17%	12%
Traduire des textes	13%	17%	10%	15%	13%	14%	20%	9%
Générer des images	11%	12%	10%	18%	9%	14%	13%	8%
Générer des idées ou des inspirations	11%	9%	12%	17%	9%	16%	14%	5%
Synthétiser ou résumer un sujet ou des données	11%	11%	10%	15%	9%	15%	9%	9%
Corriger la grammaire, l'orthographe ou le vocabulaire	9%	9%	10%	16%	7%	11%	10%	8%
Simplifier ou optimiser certaines tâches professionnelles	9%	7%	10%	13%	7%	15%	6%	5%
Analyser des textes ou des données	6%	6%	7%	7%	6%	11%	4%	6%
Acquérir ou développer des compétences	5%	5%	5%	9%	4%	7%	3%	6%
Vous aider dans le cadre de vos études	5%	5%	4%	15%	1%	2%	2%	8%
Générer de la musique ou des vidéos	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%
<i>Un autre usage</i>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
<i>Je ne sais pas</i>	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%
Je n'utilise pas ou très peu les outils d'intelligence artificielle	36%	35%	36%	17%	42%	21%	35%	46%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

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, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons connectés !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

François Guilloppé
Direction du développement

Tel: +33 7 75 11 31 10
fguilloppe@opinion-way.com

esomar Corporate 2026

