



“*opinionway*”

Communiqué de presse
Levallois-Perret, le 11 octobre 2024

#MoiJeune : 80% des jeunes utilisent l'IA au quotidien, mais 93% préfèrent les interactions humaines

Deux nouvelles enquêtes #MoiJeune, menées par *20 Minutes* avec *Opinion Way*, révèlent des perspectives nuancées des jeunes Français face à l'intelligence artificielle (IA). L'étude montre une génération qui, bien que fascinée par les avancées de l'IA et prête à en adopter les usages au quotidien, reste soucieuse de ses répercussions sur la santé mentale, l'emploi, et l'environnement. Les jeunes naviguent ainsi entre enthousiasme et prudence, cherchant à profiter des bénéfices de cette technologie tout en préservant les valeurs humaines et environnementales qui leur sont chères.

L'IA dans la vie quotidienne : un usage croissant, mais un attachement aux interactions humaines

Selon les résultats de l'enquête réalisée du 10 au 17 septembre 2024 auprès de 276 jeunes âgés de 18 à 30 ans, 80% d'entre eux ont intégré l'IA dans leurs activités quotidiennes, que ce soit occasionnellement (31%) ou régulièrement (19%). Cependant, l'adoption de l'IA ne se traduit pas par une rupture avec les interactions humaines : une écrasante majorité, soit **93%, déclarent qu'aucune IA ne pourra jamais remplacer un échange humain**, et 91% pensent qu'il est essentiel de ne pas sacrifier les relations humaines au profit de la technologie.

Pour autant, l'IA conversationnelle attire de plus en plus l'attention. Environ 19% des jeunes ont déjà utilisé des IA comme Character IA ou MyAI pour dialoguer, et autant se montrent intéressés à l'idée de tenter cette expérience. Parmi ceux qui ont déjà testé ces technologies, le compagnon virtuel (28%) et le personnage de fiction (20%) sont les plus populaires, suivis par les IA jouant le rôle de coach ou de soutien psychologique (16%).

L'impact de l'IA sur la santé mentale : un compagnon face à la solitude ?

Bien que les jeunes demeurent attachés aux interactions humaines, une proportion notable d'entre eux perçoit l'IA comme un potentiel soutien face à l'isolement. En effet, **35% des répondants pensent que les IA conversationnelles pourraient aider à lutter contre la solitude** et 30% apprécient la disponibilité constante de ces outils. Cependant, les jeunes demeurent sceptiques quant à la capacité de l'IA à répondre à des problèmes affectifs profonds : seuls 16% estiment qu'elle pourrait être utile **après une rupture amoureuse et 17% en cas de dépression ou de burn-out. Néanmoins, 41% considèrent l'IA comme**

un possible remède à l'ennui et 36% y voient un appui dans des situations de confinement.

L'IA et le marché du travail : entre opportunités et craintes de perte d'emplois

L'intelligence artificielle suscite des inquiétudes quant à son impact sur le marché du travail. D'après l'enquête, près d'un tiers des jeunes (31%) craignent de ne pas trouver d'emploi en raison de l'automatisation croissante des métiers. La majorité (68%) partage l'idée que beaucoup de gens perdront leur emploi à cause de l'IA, tandis que 63% estiment que l'IA va remplacer de nombreux postes, notamment chez les plus juniors

Pour autant, tous les jeunes ne voient pas l'IA d'un œil menaçant. Pour 74%, elle représente une opportunité de se libérer de tâches répétitives et rébarbatives, et 45% la considèrent principalement comme un outil d'assistance, bien que 23% expriment leur ambivalence en la percevant comme une aide quotidienne qui pourrait devenir une menace à l'avenir.

Un enjeu environnemental encore méconnu mais croissant

L'enquête, menée du 4 au 12 juillet 2024 auprès de 312 jeunes, s'est également intéressée à la question de l'impact environnemental du numérique et de l'IA. Si **60% des jeunes s'estiment bien informés sur l'empreinte écologique de leurs usages numériques**, ce chiffre tombe à 33% concernant l'IA. Un écart significatif est observé entre les sexes, avec 79% des jeunes femmes se sentant mal informées sur l'impact de l'IA contre 50% des jeunes hommes.

Les jeunes adoptent cependant des comportements responsables pour limiter leur empreinte numérique. Parmi eux, 85% n'envisagent de changer leur matériel informatique que par nécessité, et 82% privilégient l'utilisation du WiFi aux réseaux 4G et 5G. La plupart des jeunes (79%) trient également leurs e-mails, et 77% veillent à éteindre leurs appareils plutôt que de les laisser en veille.

Enquête sur l'IA, menée du 10 au 17 septembre 2024 :

L'étude a été réalisée en ligne par OpinionWay pour 20 Minutes auprès d'un échantillon représentatif de 276 jeunes Français âgés de 18 à 30 ans, selon la méthode des quotas. Elle explore les perceptions et usages des jeunes vis-à-vis de l'intelligence artificielle, notamment dans les domaines de la santé mentale et du marché de l'emploi.

Enquête sur l'impact environnemental du numérique et de l'IA, menée du 4 au 12 juillet 2024 :

Cette enquête a été conduite en ligne par OpinionWay pour 20 Minutes auprès de 312 jeunes âgés de 18 à 30 ans, également selon la méthode des quotas. Elle se concentre sur la sensibilisation des jeunes à l'impact environnemental de leurs usages numériques, incluant l'intelligence artificielle, et les gestes qu'ils adoptent pour réduire leur empreinte écologique.

Important : Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **étude #MoiJeune 20 Minutes – OpinionWay** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



20 Minutes propose également une série audio “**Chat G Planté : le prix de l’IA**”, pour explorer l’impact environnemental de l’intelligence artificielle. Une série à retrouver sur toutes les plateformes d’écoute ainsi que sur [20minutes.fr](https://www.20minutes.fr)

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d’information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Encourager l’éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l’ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 16,5 millions de Visiteurs Uniques par mois, 80 millions de vidéos vues, 7 millions d’abonnés à ses réseaux sociaux. Engagé à rendre l’information accessible gratuitement au plus grand nombre, l’éditeur délivre des clés pour permettre à tous de mieux comprendre le monde et de porter un regard attentif, éclairé et multiple sur la société. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien.

Contacts presse 20 Minutes :

Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22
Sarah Garcia Del Rio sgarcia@20minutes.fr 06 98 06 08 43