Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

(Vidéo) Agritech Provence : un drone et de l'intelligence artificielle au service de la viticulture



Dans le cadre d'une rencontre organisée par le Département de Vaucluse à la Cave de Lumières à Goult, Julie Demarigny a pu présenter son entreprises Agritech Provence, basée à Apt, à des viticulteurs locaux.

Après de nombreuses années passées dans le domaine de la tech aux États-Unis à travailler pour Warner Bros ou encore Union Bank, Julie Demarigny est revenue en France pour enseigner aux universités d'Aix-

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Marseille et d'Avignon, puis pour conseiller les entreprises souhaitant s'implanter en Provence-Alpes-Côtes d'Azur sur leur stratégie digitale, avant de fonder Agritech Provence.

Installée à Apt, l'entreprise permet, avec un drone équipé d'une caméra multispectrale et une intelligence artificielle, de détecter les foyers de maladies de la vigne. Une expertise que le Département de Vaucluse a souhaité mettre en avant le jeudi 22 octobre à la Cave de Lumières. « On a souhaité présenter et montrer la réalité de ce système qui peut et qui doit servir au monde agricole », a affirmé Christian Mounier, vice-président du Département en charge de la commission agriculture – eau – alimentation.



Julie Demarigny et Christian Mounier. ©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Une implantation qui fait sens sur un territoire agricole

« On a plaisir à dire que le Vaucluse est la terre d'agriculture de notre région », a ajouté Christian

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Mounier. L'activité agricole de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur génère 38 000 emplois équivalents temps plein et près de 3,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel. En Vaucluse, c'est un pilier économique majeur avec plus de 118 000 hectares de surface agricole dont près de 50 000 hectares pour la viticulture.

Il faisait donc sens pour Julie Demarigny d'implanter son entreprise dans la région en 2025. Cette année, Agritech Provence a vécu sa première saison aux côtés de neuf domaines viticoles et caves coopératives qui lui ont « ouvert » leurs vignes : Les Béates à Lambesc, le Domaine de Belambrée à Aix-en-Provence, le Château de Beaupré à Saint-Cannat, le Château La Canorgue à Bonnieux, le Château de Mille à Apt, le Domaine Les Vadons à Cucuron, la Cave de Lumières à Goult, le Château de Beaulieu à Orange et la cave Louérion à Cucuron. « Je tiens à remercier tous les viticulteurs qui m'ont accueillie avec plein de générosité pendant les six mois de cette campagne de détection », a déclaré la cheffe d'entreprise.

Un procédé pour détecter les maladies de la vigne

Ainsi, pendant cette saison, Julie a fait voler son drone au-dessus des vignobles permettant le comptage de ceps manquants, mais aussi de détecter trois maladies de la vigne : le mildiou, l'oïdium, et la flavescence dorée. « Je ne peux pas faire grand chose en matière de baisse de consommation et de contraintes administratives, mais je peux faire gagner du temps et de l'argent aux viticulteurs en prévenant les maladies », a-t-elle expliqué.

Pour ce faire, c'est un travail en neuf étapes qu'effectue Agritech Provence :

- Cartographier chaque parcelle
- Planifier les différents vols
- Demander les autorisations de vol
- Survoler chaque parcelle une fois par mois (aux mêmes heures et à la même hauteur)
- Reconstituer chaque parcelle avec les différentes images obtenues
- Mesurer la lumière que renvoie la vigne pour observer la quantité de feuillage et la chlorophylle
- Apprendre vol après vol grâce aux données amassées
- Produire une carte de foyers
- Vérifier au sol, cep par cep

L'alliance entre un drone et une intelligence artificielle

Les viticulteurs et invités présents lors de cette présentation ont pu assister à une démonstration sur une petite parcelle près de la Cave de Lumières. Julie Demarigny a démarré son drone qui, grâce à une cartographie préalable, a survolé l'entièreté de la parcelle en autonomie en une vingtaine de minutes. Sur sa télécommande, l'entrepreneuse a pu vérifier l'avancée du drone qui a pris des photos de la parcelle tout au long du vol.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

« Le drone ne remplace pas la prospection. Il dit où aller pour gagner du temps. »

Julie Demarigny.

En 2026, ce sont 27 000 données qui ont été collectées par l'entreprise et qui lui seront utiles pour les prochaines saisons. Ce procédé est possible grâce à un drone de la marque DJI doté d'une caméra multispectrale. L'intelligence artificielle, quant à elle, est alimentée grâce aux données recueillies. « Plus on a de données, plus ça va être précis et on va pouvoir détecter et traiter au plus tôt », a affirmé Julie Demarigny qui travaille aussi avec les étudiants de l'Institut Agro Dijon et de Polytech Lyon pour la recherche et le développement.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Une entreprise récompensée en 2026

Le travail d'Agritech Provence porte ses fruits puisqu'elle a déjà pu détecter du mildiou sur une parcelle de Marsanne et de la flavescence dorée sur une parcelle de Marselan. Julie Demarigny compte bien continuer de travailler main dans la main avec les viticulteurs et amener Agritech Provence plus loin. « À terme, l'objectif serait de pouvoir détecter la maladie avant même qu'elle ne se développe, a-t-elle conclu. L'autre objectif serait d'obtenir une autorisation pour traiter les parcelles par drone, qui est beaucoup plus précis que l'hélicoptère, mais ce n'est aujourd'hui qu'autorisé sur les zones avec des pentes de 20%. »

L'entreprise a cette année été mise en lumière en étant désignée lauréate vauclusienne du concours 101 Femmes Entrepreneures, organisé par Bpifrance à l'initiative du Ministère chargé de l'Égalité entre les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

femmes et les hommes, qui a pour objectif de valoriser la diversité des parcours, encourager l'entrepreneuriat féminin et inspirer de nouvelles vocations.

Quand l'IA dépoussière 'l'Immo'



Les incidences de la généralisation de l'IA dans notre économie et dans nos vies quotidiennes occupent, aujourd'hui, une part importante du débat public. Les récentes déclarations d'anciens géniteurs de cette « hydre », qui pourrait devenir incontrôlable, sont inquiétantes. Mais l'IA n'a pas que de mauvais côtés. De petites entreprises s'en saisissent et en font un outil de développement de leurs activités. Comme l'agence immobilière de Diane Choplin à Caumont-sur-Durance.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

D’une manière générale, le secteur de l’immobilier ne va pas bien. Ce n’est pas une grande surprise. Les causes en sont multiples : ralentissement économique, baisse du pouvoir d’achat, hausse des taux d’intérêt, incertitudes politiques et internationales, phénomènes démographiques (augmentation des successions et des divorces)…. Bref, aujourd’hui, il y a beaucoup plus de biens à vendre qu’il n’y a d’acheteurs. La pierre ne semble plus être la valeur refuge d’autrefois. Face à cette conjoncture difficile certains agents immobiliers cherchent à optimiser leurs activités en utilisant les outils proposés par l’IA. Ainsi, l’agence immobilière de Diane Choplin, installée depuis le début de l’année à Caumont-sur-Durance, pourrait faire figure d’exemple.

« L’IA permet en définitive aux vendeurs de se mettre à la place des acheteurs »

Diane Choplin

Il y a 10 ans les agences immobilières proposaient grâce au numérique des visites virtuelles des biens qu’elles avaient à vendre. Une vraie révolution. « Aujourd’hui, l’IA va beaucoup plus loin et permet des services que je ne pourrais proposer autrement » explique Diane Choplin. Pour les vendeurs, elle réalise une petite étude de marché de leur biens qui compile et analyse toutes les informations et statistiques existantes. Un dossier est ainsi constitué il met également en avant les points forts et faibles du bien, détermine des fourchettes de prix et fait des propositions sur la façon de le commercialiser. « Il ne s’agit pas de me faire remplacer par l’IA mais de mettre à disposition, des données qui me permettent de proposer un juste prix qui satisfasse à la fois le vendeur et l’acheteur ». Faire correspondre au mieux l’offre et la demande est aujourd’hui un enjeu essentiel. Les attentes et les usages des consommateurs évoluent constamment explique Diane. « Par exemple on sait quels types de photos marchent mieux que d’autres, c’est la même chose pour les supports de communication… « L’IA permet en définitive aux vendeurs de se mettre à la place des acheteurs » complète-t-elle.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Diane Choplin et son équipe © DR

> **« C’est un outil d’aide et je ne me sens pas menacé, au contraire… »**
>
> *Diane Choplin*

« Cet outil permet en effet aux acquéreurs de se projeter dans leur futur logement, ce que 80% des gens n’arrivent pas à faire » explique Diane. L’IA peut faire des propositions d’aménagement et de décoration. On peut même effectuer des premières approches de devis. Évidemment l’IA permet également de gérer la présence de l’agence sur les réseaux sociaux. « Elle analyse en permanence les pratiques du moment cela m’aide beaucoup dans la formulation des accroches notamment » explique Diane.

L’IA peut aussi être un outil intéressant pour comprendre pourquoi certains biens ne se vendent pas ou mal. « Mais quoi qu’il arrive c’est toujours moi qui décide avec le client… L’IA est un outil d’aide qui permet de se professionnaliser d’avantage et je ne me sens pas menacé, au contraire… il permet de me dégager plus de temps que je peux consacrer à mes clients, la machine me rend au fond plus humaine » argumente Diane.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



sans IA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



avec IA

> **« Aujourd'hui, on ne peut plus attendre que le téléphone sonne pour trouver des clients »**
>
> *Diane Choplin*

Les retombées économiques de l'utilisation de l'IA dans l'agence de Diane Choplin sont encore difficilement mesurables mais elle a moins deux certitudes : elle ne pourrait plus s'en passer, et les délais de vente des biens, dont elle a le mandat, ont été réduits de manière sensible. « Aujourd'hui, on ne peut plus attendre que le téléphone sonne pour trouver des clients et l'IA m'y aide beaucoup, en particulier

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

pour coller au mieux aux évolutions du marché, aujourd'hui le maître mot c'est l'adaptation… » conclue-t-elle.

Exemple utilisation IA
https://www.dianecimmobilier.com/fr/vente/maison-bourgeoise-6-pieces-cavaillon-84300,VM271

Experts-comptables : l'IA passe de l'expérimentation à la transformation du métier



Selon la nouvelle édition du baromètre du Groupe SVP sur l'adoption de l'IA par les décideurs, l'intelligence artificielle n'est plus un sujet d'expérimentation pour les experts-comptables. En trois ans, le groupe spécialisé dans le conseil et l'accompagnement des dirigeants constate qu'elle s'est imposée dans leurs pratiques professionnelles, avec des usages de plus en plus

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

orientés vers la recherche, l'analyse via notamment des outils spécialisés. Si la profession anticipe désormais massivement son impact, un nouveau défi émerge : structurer les usages pour transformer durablement les cabinets.

De l'expérimentation à l'appropriation

L'IA n'est plus considérée comme une technologie périphérique : parmi les experts-comptables familiers de l'IA, 9 sur 10 anticipent désormais un impact réel de l'IA sur leur profession, contre 7 décideurs sur 10 au global. La perception de cet impact s'intensifie : 46 % d'entre eux estiment que l'IA aura un impact très important sur leur secteur, contre 21% en 2023. Cette proportion a donc plus que doublé en trois ans.

Dans le même temps, l'IA est largement perçue comme une opportunité : 82% des experts-comptables interrogés partagent cette vision. La technologie apparaît donc de plus en plus comme un levier pour accompagner l'évolution de la profession, plutôt que comme une simple rupture technologique.

Des usages qui s'ancrent dans les pratiques professionnelles

Si les premiers usages concernaient essentiellement la rédaction, les experts-comptables mobilisent désormais l'IA sur des missions beaucoup plus proches de leur cœur de métier. La recherche d'information est aujourd'hui mentionnée par 80% des répondants. Elle passe ainsi devant la rédaction (69%).

On note de manière parallèle une augmentation des tâches à plus forte valeur ajoutée. 60% l'utilisent pour faire des analyses, contre 28% en 2024, soit plus du double en deux ans. La génération de documents suit la même dynamique, passant de 22% à 43% sur la période.

Les exemples recueillis auprès des professionnels illustrent cette évolution : analyses financières et techniques, analyses de documents juridiques, synthèses de textes réglementaires, génération de contrats ou de clauses, automatisation d'écritures comptables ou encore tenue comptable. L'IA devient ainsi moins un outil de productivité ponctuel qu'un réel assistant dans certaines étapes du travail de l'expert-comptable.

Chiffres clés (parmi les experts-comptables ou cabinets ayant déjà recours à l'IA) :

- 90% des experts-comptables anticipent un impact réel de l'IA sur leur profession.
- 60% des experts-comptables l'utilisent pour faire des analyses contre 28% en 2024.
- 45% des experts-comptables ont déjà utilisé une IA juridique, contre 33% en 2024.
- 54% des cabinets déclarent encore des initiatives individuelles et non encadrées.

L'IA juridique s'impose comme un nouvel outil métier

Autre enseignement : les experts-comptables s'approprient particulièrement les outils d'IA appliqués au droit et à la réglementation. Parmi ceux ayant déjà utilisé une IA dans leur activité, 45% déclarent avoir utilisé une IA juridique, contre 33% en 2025.

Cette progression confirme que les experts-comptables ne recherchent plus seulement des IA

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

généralistes, mais des outils spécialisés capables de répondre aux exigences de leurs métiers. Accéder plus rapidement à des sources fiables, actualisées et pertinentes, notamment en matière de jurisprudence, de réglementation et de droit social. Dans les entretiens, les professionnels évoquent des recherches qui peuvent passer d'une trentaine de minutes à quelques minutes et une capacité accrue à formuler des réponses pour leurs clients.

> « En trois ans, nous avons observé une évolution très nette. »
>
> *Anne Feret, directrice générale innovation et opérations chez Groupe SVP.*

Après l'adoption, le défi de la structuration

Cette maturité croissante s'accompagne toutefois d'un paradoxe. Dans 54% des cabinets utilisant l'IA, les usages reposent encore sur des initiatives individuelles et non encadrées. Seuls 21% déclarent avoir mis en place un cadre visant les utilisations individuelles. Parallèlement, 37% des cabinets déclarent utiliser l'IA pour accroître l'efficacité de certaines équipes, 21% pour améliorer l'expérience utilisateur et 27% pour enrichir leur offre à destination des clients ou usagers.

Ces résultats traduisent une étape classique dans l'adoption d'une nouvelle technologie : les usages individuels se développent souvent avant que les organisations ne les structurent à l'échelle du cabinet. Les expérimentations menées par les collaborateurs ouvrent progressivement la voie à la définition de règles communes, de bonnes pratiques et d'un cadre d'utilisation partagé.

µLa profession semble donc entrer dans une nouvelle étape : l'enjeu n'est plus tant de savoir s'il faut utiliser l'IA, mais comment l'utiliser de manière sécurisée, collective et créatrice de valeur.

Une transformation du métier plus qu'une simple automatisation

Au-delà des gains de productivité, les entretiens menés auprès des experts-comptables font émerger une transformation plus profonde de leur rôle. L'IA permet de prendre en charge certaines tâches, mais elle pousse également les professionnels à développer davantage le conseil, la valeur ajoutée et la relation humaine avec leurs clients. L'arrivée de l'IA ne signifie donc pas seulement automatiser davantage : elle conduit les cabinets à repenser la répartition entre production, expertise et accompagnement.

« En trois ans, nous avons observé une évolution très nette : les experts-comptables ne se demandent plus s'il faut utiliser l'IA, mais comment l'intégrer efficacement dans leurs pratiques, précise Anne Feret, directrice générale innovation et opérations au sein du Groupe SVP. L'enjeu n'est plus l'accès à la technologie ; il est de développer les bons usages, de les sécuriser et d'en faire un levier au service du conseil et de la relation client. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Jeunes vauclusiens, Génération scroll, génération achat



Réseaux sociaux, intelligence artificielle, influenceurs… Une étude OpinionWay pour Orisha, menée auprès de 1 604 jeunes de 15 à 25 ans en France et en Espagne, révèle une profonde mutation des comportements d'achat. En France, 83% des jeunes ont déjà acheté un produit découvert par hasard sur les réseaux sociaux et 59% accordent désormais leur confiance aux recommandations de l'IA. Derrière ces chiffres se dessine une consommation plus instantanée, plus conversationnelle, plus exigeante aussi.

Avec plus de 572 000 habitants, le Vaucluse compte une population relativement jeune : près d'un habitant sur trois a moins de 30 ans, un public particulièrement connecté dont les usages façonnent désormais les pratiques de consommation. Selon l'Insee, le département recense près de 59 000 jeunes de 15 à 24 ans et plus de 93 000 habitants âgés de 25 à 39 ans, soit plus de 150 000 Vauclusiens

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

appartenant aux générations les plus familières du numérique.

Le smart-phone privilégié
Comme partout en France, ces jeunes consommateurs privilégient largement le smartphone pour leurs achats et leurs recherches en ligne. Les 15-44 ans sont entre 96% et 98% à utiliser leur téléphone pour accéder à Internet, faisant du mobile le principal point d'entrée vers les réseaux sociaux, les plateformes de vente et les sites marchands. Les décisions d'achat sont de plus en plus influencées par les contenus diffusés sur Instagram, TikTok ou YouTube, où recommandations, avis et vidéos constituent désormais de véritables vitrines commerciales. Qu'il s'agisse des commerces de proximité, du tourisme, de la culture ou des loisirs, la visibilité numérique est devenue un levier indispensable pour toucher ces consommateurs connectés, dont les parcours d'achat débutent bien souvent sur les réseaux sociaux avant de se concrétiser en ligne ou en magasin.

La génération Z et les suivantes…
Pour la génération Z (Jeunes nés entre la fin des années 1990 et des années 2000), la découverte d'un produit n'est plus dans la vitrine mais naît du défilement de vidéos, d'une publication sponsorisée ou d'une recommandation algorithmique. Les réseaux sociaux sont devenus le premier espace d'exploration commerciale : 59% des jeunes Français déclarent y découvrir de nouveaux produits, devant la publicité traditionnelle (52%), les recommandations de leurs proches (39%) ou encore les moteurs de recherche classiques (33%). Même les outils d'intelligence artificielle, comme ChatGPT ou Gemini, sont déjà cités par près d'un tiers des répondants comme source de découverte.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Copyright Magnific

Le magasin est dans la poche et la livraison au pied de la porte
Concernant la prise d'informations avant un achat, les plateformes sociales dominent le marché. Huit jeunes Français sur dix privilégient TikTok, Instagram, YouTube ou Pinterest, loin devant les sites des marques ou les comparateurs. TikTok s'impose comme la plateforme de référence, utilisée par près de deux tiers des répondants à cette étude.

Le social commerce s'installe dans les usages
Les réseaux sociaux sont devenus des lieux d'achat.Le live shopping, où un produit est présenté et vendu en direct, séduit déjà 44% des jeunes Français qui voyagent quotidiennement sur les plate-formes Facebook Marketplace, Instagram Shop ou encore les chatbots commerciaux. Plus surprenant encore, 27% déclarent avoir déjà réalisé un achat via un outil d'intelligence artificielle conversationnelle.

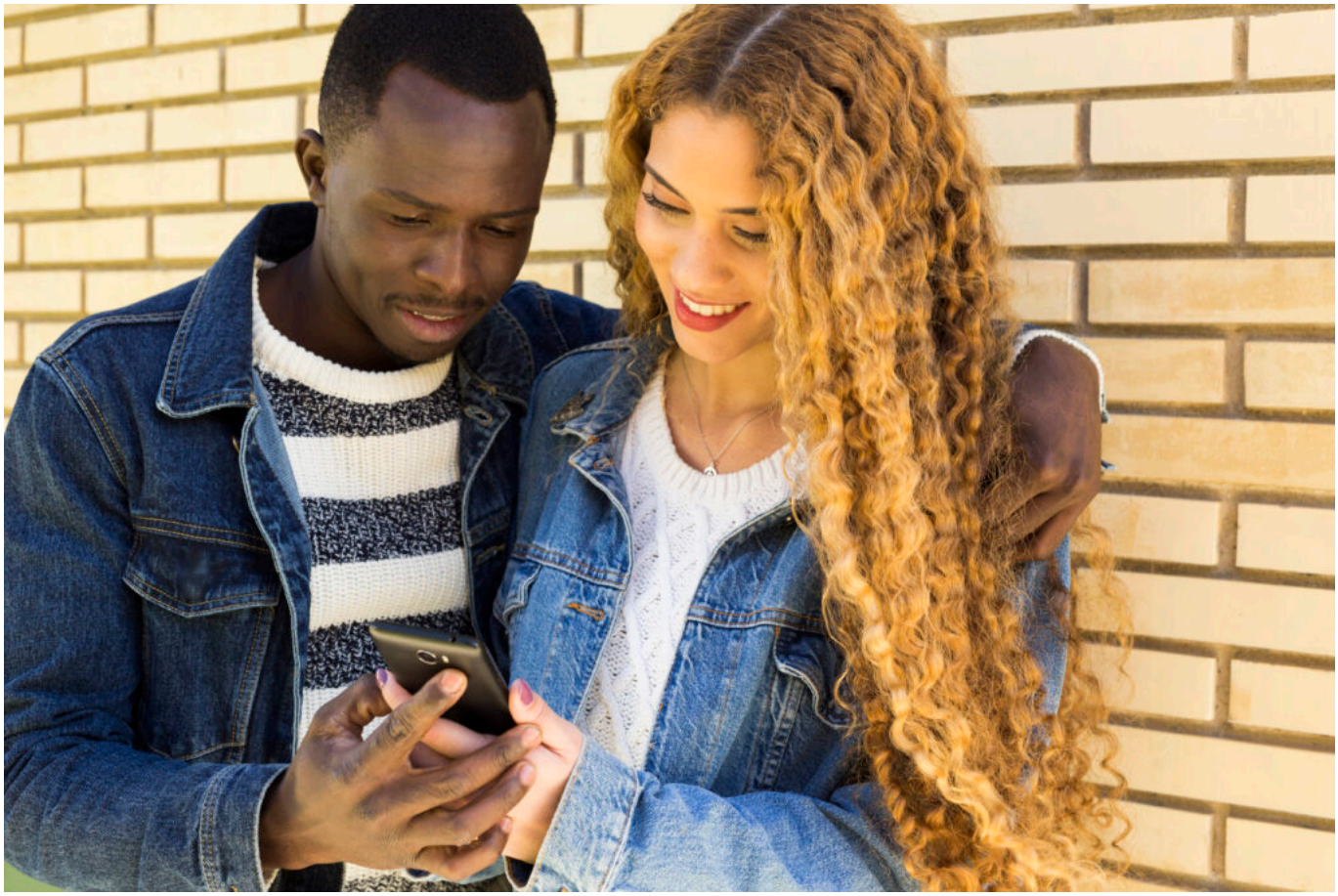
Une influence directe
Près d'un jeune Français sur deux affirme acheter au moins une fois par mois un produit aperçu dans une publicité sur les réseaux sociaux. Plus d'un tiers le fait après une recommandation d'un influenceur, et un

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

tiers après une suggestion formulée par une intelligence artificielle.

L'achat impulsif devient la norme ?
Le chiffre est sans doute le plus révélateur de cette nouvelle économie de l'attention : 83% des jeunes Français reconnaissent avoir déjà acheté un produit découvert « par hasard » sur les réseaux sociaux, dont 42% à plusieurs reprises. La frontière entre divertissement, information et acte d'achat s'efface et le contenu précède désormais le besoin.



Copyright Magnific

Les contenus sponsorisés plébiscités ?
Si les contenus sponsorisés sont décriés par les générations plus âgées, au contraire, 81% des jeunes apprécient qu'ils soient personnalisés, 77% estiment qu'ils leur permettent de découvrir de nouvelles marques et près de sept sur dix reconnaissent qu'ils leur donnent envie d'acheter. Paradoxalement, 71% jugent aussi qu'il y en a trop, tandis que trois quarts demeurent méfiants envers les produits promus par les influenceurs.

L'IA gagne du terrain…
L'intelligence artificielle s'impose progressivement comme un nouvel assistant d'achat. Près de 59% des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

jeunes disent faire confiance aux recommandations de ChatGPT, Gemini ou d'autres IA conversationnelles. C'est légèrement moins que les avis d'autres consommateurs (82%) ou les médias spécialisés (76%), mais quasiment autant que les influenceurs humains (62%).

Quelle confiance accorder ?
Cette confiance reste toutefois mesurée, certains redoutant des recommandations erronées, des biais commerciaux ou une mauvaise compréhension de leurs préférences personnelles. La transparence des algorithmes constitue également un sujet de préoccupation. Les nouvelles générations adoptent volontiers les nouveaux outils lorsqu'ils simplifient le parcours d'achat, mais conservent un regard critique sur leurs limites.

Les promesses du marketing évoluent
Désormais les marques apprennent à dialoguer simultanément avec les créateurs de contenu, les communautés d'utilisateurs et les intelligences artificielles qui deviennent, aussi des prescripteurs. Désormais l'algorithme n'oriente plus seulement l'attention, mais participe directement à la décision d'achat.
Source OpinionWay Orisha Real estate. Toutes les infos ici.
Mireille Hurlin

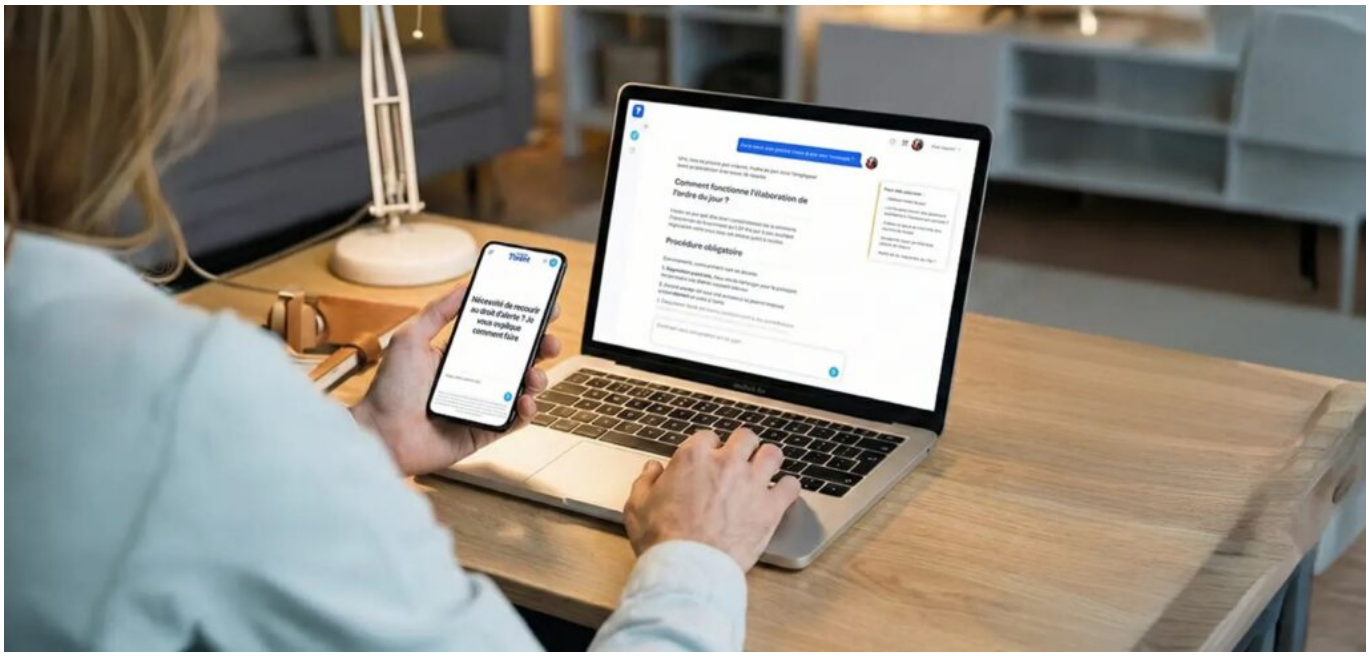


Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Copyright Magnific

Les Éditions Tissot lancent leur IA juridique destinée aux élus du CSE



Face aux limites des intelligences artificielles (IA) généralistes en matière de fiabilité juridique, les Éditions Tissot lancent Tissot CSE IA, une intelligence artificielle spécialisée opérant en circuit fermé. Elle est alimentée exclusivement par le fonds documentaire de l'éditeur, fruit de son expérience de 50 ans auprès des Comités sociaux et économiques (CSE). Cette solution, conçue pour accompagner les élus du CSE dans l'exercice de leur mandat, propose un agent conversationnel livrant des réponses structurées, argumentées et sourcées.

Les élus du CSE doivent aujourd'hui se prononcer sur des sujets juridiques complexes (consultations obligatoires, droit d'alerte, conditions de travail…), en parallèle de leur activité professionnelle. L'accès à une information juridique fiable, compréhensible et immédiatement exploitable est devenu un enjeu critique. En parallèle, compte tenu de l'importance prise par l'intelligence artificielle dans les usages quotidiens, la prudence reste de mise. Et en matière de droit social, une approximation peut être lourde de conséquences. Les IA généralistes présentent en effet deux limites majeures : le risque d'hallucinations et une prise en compte insuffisante des évolutions réglementaires les plus récentes.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Lancement de Tissot CSE IA

C'est dans ce contexte que les Éditions Tissot, éditeur de référence en droit social depuis 50 ans, lancent Tissot CSE IA, l'agent conversationnel juridique qui s'appuie sur leur fonds documentaire et sur le Code du travail. Une solution entièrement dédiée aux élus du CSE.

La solution sera présentée aux élus visiteurs des salons SolutionsCSE de Lyon du mercredi 11 au jeudi 12 mars, puis de Paris les mercredi 18 et jeudi 19 mars prochains.

« Les élus du CSE n'ont ni le temps ni les réflexes juridiques des professionnels du droit. Avec Tissot CSE IA, nous leur donnons un accès immédiat à une information fiable, compréhensible et sécurisée », précise Patrice Guignard, directeur Produit des Éditions Tissot.

Expérimentée par une cinquantaine de bêta-testeurs, la solution Tissot CSE IA a été co-construite avec les élus CSE pour leur permettre d'obtenir immédiatement une information juridique structurée et sourcée, en langage naturel, sur des sujets relevant du droit du travail. La solution, accessible via le site des Éditions Tissot et via une web app dédiée, propose des réponses rapides, et sans jargon juridique. Tissot CSE IA vise à faciliter l'accès à une information juridique fiable et compréhensible en droit du travail.

La puissance d'une IA juridique alliée à l'expertise des Éditions Tissot

Présentée comme un agent conversationnel juridique, Tissot CSE IA fonctionne à partir d'une barre de recherche permettant de poser des questions en langage naturel. Elle est mise à jour en permanence et sans possibilité d'hallucination.

En effet, dans les cas où l'agent conversationnel a le moindre doute sur la réponse à apporter, il propose alors à l'utilisateur d'être rappelé par téléphone par un juriste, qui lui apportera une information juridique, basée sur le fonds documentaire des Editions Tissot.

Tissot CSE IA repose sur un principe clair : "l'IA pour l'efficacité, l'humain pour la sécurité". La solution est conforme RGPD et AI Act, hébergée sur une infrastructure européenne, sans réutilisation des données clients pour l'entraînement des modèles.

Un salarié sur trois recherche activement

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

un nouvel emploi par crainte d'être remplacé par l'IA



L'IA génère un éventail d'émotions complexes, souvent contradictoires, chez les salariés. Si beaucoup en perçoivent les opportunités, la réalité est plus nuancée : stress accru, crainte de perdre son emploi, recherche active d'un nouveau poste et incertitude quant à son impact sur leur fonction. C'est ce que révèle le rapport '[People at Work 2025]' d'[ADP Research], qui dresse un état des lieux des perceptions de l'IA dans le monde du travail, à partir d'une enquête menée auprès de près de 38 000 salariés dans 34 pays, dont plus de 1 000 en France.

« L'impact de l'IA n'est pas seulement technologique, il est aussi émotionnel pour de nombreux salariés, souligne Carlos Fontelas De Carvalho, Président d'ADP en France et Europe centrale. Beaucoup perçoivent l'IA comme un levier de progrès, mais elle peut susciter aussi de l'incertitude. Les employeurs qui sauront reconnaître cette dimension émotionnelle, expliquer les implications concrètes de l'IA, répondre aux préoccupations et mettre en place des pratiques de formation et d'organisations seront les mieux préparés pour une intégration positive des nouvelles technologies dans le cadre de travail. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Entre optimisme et incertitude, les travailleurs peinent à se projeter

Les sentiments vis-à-vis de l'IA sont partagés : 50% des salariés dans le monde considèrent qu'elle aura un impact positif sur leur emploi dans l'année à venir, dont 17% se disent tout à fait d'accord. Seuls 10% expriment une forte crainte d'être remplacés par cette technologie.

L'IA suscite, en effet, une forme d'ambivalence : elle est à la fois source d'enthousiasme pour son potentiel et d'inquiétude quant à ses conséquences. Ainsi, 27% des travailleurs qui anticipent un impact positif de l'IA sur leur emploi redoutent également qu'elle puisse les remplacer. Certains des pays les plus optimistes, comme l'Égypte (36%) ou l'Inde (34%), affichent aussi les plus fortes proportions de salariés craignant d'être remplacés (22% et 17% respectivement). Cette anxiété est renforcée par l'incertitude : 44% des répondants dans le monde reconnaissent ne pas savoir, à ce jour, comment l'IA va transformer leur travail (dont 12% disent n'en avoir strictement aucune idée).

La crainte d'un remplacement accentue également le stress professionnel. Les salariés qui redoutent que l'IA prenne leur place sont deux fois plus susceptibles de subir un stress élevé au travail, que ceux qui sont plus confiants. Autre conséquence notable, cette fois en matière de rétention des talents : plus de 30% des salariés qui pensent pouvoir être remplacés par une IA sont activement à la recherche d'un nouvel emploi, contre 16% parmi ceux qui se disent moins préoccupés.

Des salariés français peu concernés par les impacts de l'IA

En France, seuls 11% des travailleurs se disent tout à fait d'accord avec l'idée que l'IA aura un impact positif sur leur emploi. Ce chiffre est aligné sur la moyenne en Europe (11%), région où les salariés sont les plus pessimistes vis-à-vis de l'IA, derrière le Moyen-Orient/Afrique (27%), l'Amérique latine (19%), l'Asie-Pacifique (16%) et l'Amérique du Nord (13%).

Cependant, les salariés français ne sont que 8% à craindre d'être remplacés par l'IA, une proportion identique à celle des Européens (8%). De même, 11% en France comme en Europe sont tout à fait d'accord avec l'affirmation qu'ils ne savent pas comment l'IA va changer leur emploi.

Les professions intellectuelles, comme les ingénieurs, chercheurs ou développeurs, sont à la fois les plus optimistes et les plus préoccupés : 24% à l'échelle mondiale et 15% en France sont tout à fait d'accord sur le fait que l'IA aura un impact positif sur leur emploi, mais ils sont aussi respectivement 13% et 11% à craindre qu'elle ne les remplace. Ces travailleurs du savoir sont également les plus nombreux à exprimer des incertitudes quant à l'évolution de leur métier : 14% dans le monde et 13% en France.

Les salariés les plus jeunes sont à la fois enthousiastes et les plus inquiets vis-à-vis de l'IA, en raison de son impact potentiel à long terme sur leur carrière. En France, 12% des 18-26 ans et 18% des 27-39 ans anticipent des effets positifs sur leur travail, tandis que respectivement 13% et 11% redoutent d'être remplacés par la technologie. À l'inverse, les plus de 55 ans apparaissent plus détachés, considérant que l'impact de l'IA sur leurs dernières années d'activité sera limité : seuls 5% d'entre eux craignent d'être remplacés.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Une perception de l'IA qui diffère selon les secteurs d'activité

Les salariés des secteurs qui adoptent rapidement les nouvelles technologies sont les plus optimistes. En Europe comme dans le reste du monde, ce sont les professionnels des services technologiques (19% contre 28% au niveau mondial), de la finance et de l'assurance (18% contre 25%), ainsi que de l'information (17% contre 20%) qui se montrent les plus enclins à percevoir positivement l'impact de l'IA. Pourtant, ils sont quand même 12% dans le monde et 10% en Europe à craindre d'être remplacés, dans ces secteurs où l'IA est perçue comme un levier majeur d'efficacité et d'avantage concurrentiel.

À l'inverse, les secteurs à forte dimension humaine, comme la santé et l'assistance sociale, font preuve de plus de prudence : seuls 7% des salariés en Europe et 10% dans le monde estiment que l'IA aura un impact positif sur leur travail.

« Je pense réellement que les nouvelles technologies comme l'IA générative ont pour but de donner des capacités augmentées aux équipes pour gagner du temps, simplifier leur quotidien et les libérer des tâches chronophages, mais absolument pas pour les remplacer. L'IA permet d'automatiser des tâches, mais pas d'automatiser des emplois ! » explique Carlos Fontelas de Carvalho.

Il conclut : « Il faut bien sûr expliquer le sens de l'intégration de l'IA dans le cadre du travail, et respecter l'équilibre entre l'humain et la technologie, notamment dans le secteur RH : une heure gagnée grâce à l'IA correspond à une heure de plus passée à s'occuper du développement et de l'engagement des collaborateurs. »

Recrutement : les malentendus entre entreprises et candidats qui freinent l'embauche

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Alors que le marché de l'emploi se tend et que les entreprises déplorent de fortes difficultés de recrutements, il semblerait que les candidatures des professionnels soient régulièrement ignorées. C'est en tout cas le constat de cette nouvelle enquête, analysée par Olivia Jacob, senior manager au sein du cabinet Robert Walters.

35% des candidats utilisent l'ia pour postuler

Pour maximiser leurs chances de trouver un emploi, il n'est pas rare que les professionnels multiplient les candidatures. Ainsi, 75% d'entre eux déclarent envoyer entre 5 et 10 candidatures par semaine. Leur nouvel allié : l'IA. En effet, 35% des répondants utilisent parfois voire fréquemment des outils d'intelligence artificielle pour répondre à une offre.

Toutefois, ces nouveaux usages pourraient avoir un impact négatif, puisque 46% des responsables du recrutement ayant répondu à cette enquête déclarent pouvoir identifier l'utilisation de l'IA dans un CV lorsqu'ils en reçoivent. Formatage parfait, tournures de phrases et langage impersonnel : des éléments qui peuvent mettre la puce à l'oreille et se retourner contre le candidat. « Si les recruteurs attendent une expression authentique du parcours du candidat, les entreprises recherchent quant à elle de la sincérité, le reflet fidèle de l'expérience d'un candidat, et surtout un lien avec l'offre de poste à laquelle il répond. L'utilisation de l'IA, lorsqu'elle est repérée, peut donc jouer contre lui, et nuire à sa crédibilité », alerte Olivia Jacob.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

74% des entreprises recoivent davantage de candidatures

Notre étude de rémunération publiée en décembre dernier révélait que les professionnels étaient toujours aussi optimistes quant aux opportunités d'emploi dans leur secteur (73%). Une confiance qui les pousse à postuler, en nombre. Toutefois, si les entreprises ont des difficultés à recruter, elles peinent surtout à trouver des candidats qualifiés.

En effet, 74% d'entre elles ont remarqué une augmentation du nombre de candidatures, mais déplorent que ces dernières ne correspondent pas toujours à leurs critères. « Les envois de candidatures en masse montrent rapidement leurs limites : les candidats omettent souvent des éléments essentiels concernant les offres et ne personnalisent pas suffisamment leur dossier. Résultat : recruteurs et entreprises sont confrontés à un volume croissant de candidatures peu qualifiées, ne correspondant ni aux compétences requises, ni à l'expérience attendue », note Olivia Jacob. Plus que jamais, les candidatures doivent donc être authentiques, et pertinentes par rapport à l'offre de poste publiée par l'entreprise.

Faire face au ghosting des candidats

Il arrive parfois que les entreprises ghostent les candidats : 80% d'entre eux déclarent ainsi que leurs candidatures sont souvent ignorées par les entreprises. Toutefois, la tendance inverse semble émerger de plus en plus. En effet, face aux processus de recrutements qui s'allongent, certains candidats se sentent découragés (76%), les poussant à ghoster les entreprises au cours du processus, et à ne plus leur répondre.

« Pour renforcer l'engagement des candidats et limiter le phénomène de ghosting, les entreprises doivent accorder une attention particulière à chaque étape du parcours candidat, du pré-boarding à l'intégration. Créer une expérience positive et transparente passe par une communication continue, des retours réguliers et une écoute active des éventuelles préoccupations », explique Olivia Jacob.

Mettre l'accent sur la culture d'entreprise, les valeurs et les opportunités de carrière peuvent également participer à attirer et retenir des candidats motivés, qui s'engageront davantage dans le succès à long terme de l'organisation.

Enquête réalisée par le cabinet Robert Walters

Loi de finances, IA, Facture électronique…

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Damien Charrier, président du Conseil National de l’Ordre des Experts-Comptables déploie les pistes de réflexion



Propos recueillis par Laetitia Blanchard

Damien Charrier, président du Conseil national de l’Ordre des experts-comptables depuis décembre 2024, partage sa lecture de la conjoncture économique et des mutations en cours pour la profession. Face aux incertitudes, il appelle à resserrer les liens entre entrepreneurs et conseils, notamment sur des sujets structurants comme la facture électronique, l’intelligence artificielle ou encore la coopération interprofessionnelle.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Damien Charrier DR

À travers le prisme de votre profession, comment jugez-vous la situation économique ?
«Nous suivons l'économie en temps réel sur notre observatoire Image PME (Petites et moyennes entreprises), qui s'appuie sur les données remontées par les cabinets. Aujourd'hui, la situation est globalement tendue. Plusieurs secteurs souffrent. Une étude récente de Xerfi (Intelligence stratégique) évoque pour 2025-2026 un scénario pessimiste et un autre plus modéré, mais avec une croissance molle. Dans ce contexte, notre rôle est d'accompagner les entreprises, en particulier sur leur trésorerie, car c'est souvent ce qui conditionne leur survie. Il faut renforcer les liens avec les clients et disposer d'indicateurs les plus réactifs possibles.»

Des signaux de reprise apparaissent-ils malgré ce climat incertain ?
«On constate quelques signes positifs dans l'immobilier, qui montre un léger redressement après une période très difficile. Mais globalement, les signaux sur l'investissement ne sont pas bons, et cela joue sur le long terme. Derrière les moyennes, il y a toujours des dirigeants qui surperforment, mais c'est justement dans les périodes de tension que l'anticipation et le pilotage deviennent décisifs. C'est pourquoi nous accentuons nos actions sur la prévention des difficultés.»

Dans ce contexte tendu, comment analysez-vous l'adoption de la loi de finances 2025 ?
«Elle a été adoptée dans des circonstances exceptionnelles, marquées par la dissolution. Ce climat politique a contribué à une certaine impréparation : nous avons découvert certains articles sans réelle concertation. Cela a nécessité une mobilisation rapide. L'épisode a aussi renforcé le dialogue entre la profession et les parlementaires. Nous avons pris la parole sur plusieurs sujets, comme la réforme de la facture électronique, pour défendre le maintien du calendrier. Nous avons aussi été force de proposition sur d'autres dispositifs, par exemple les 'management packages' ou les aménagements autour du PEA (Plan d'épargne en action).
Ce qui compte, au-delà de la technique, c'est la compréhension de l'intention du législateur. Parfois, il faut aller plus loin avec les services de la DGFIP (Direction générale des finances publiques) et leur direction fiscale pour bien comprendre comment appliquer les textes. C'est un travail de fond que nous faisons au nom de la clarté et de la sécurité juridique. Et malgré le contexte, il faut reconnaître que ce dialogue a été constructif. La crise politique a été l'occasion, paradoxalement, de faire de la pédagogie utile.»

La réforme de la facture électronique approche. Les professionnels sont-ils prêts ?
«Les études du Conseil national comme celles de la DGFIP aboutissent à des constats similaires : 70 à 80 % des entreprises attendent des informations de leur expert-comptable, notamment sur le choix de la Plateforme de dématérialisation partenaire (PDP). C'est une marque de confiance, mais aussi une responsabilité. La profession, avec ses 22 000 experts-comptables et 190 000 collaborateurs, est globalement prête, ou du moins outillée pour l'être. Nous continuerons à partager les outils nécessaires, notamment lors de notre congrès national de septembre, où un guide des PDP et des conférences thématiques seront présentés.
Pour les plus petites structures, l'enjeu immédiat est d'identifier une adresse de réception pour les factures. Et sur ce point, nous avons obtenu que les cabinets puissent faire signer un mandat à leurs

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

clients, pour les accompagner dans ces choix. C'est essentiel : il ne faut pas se laisser entraîner vers des solutions purement commerciales ou inadaptées. Ce travail d'accompagnement, nous l'assurons aussi auprès des fédérations professionnelles et des branches.»

L'intelligence artificielle suscite beaucoup d'interrogations. Qu'en est-il dans votre profession ?
«Nous utilisons déjà des outils intégrant de l'IA (Intelligence artificielle). Ce n'est donc pas un saut dans l'inconnu. Mais nous exerçons une profession réglementée, avec des exigences spécifiques liées au secret professionnel et à la protection des données personnelles. Cela nous oblige à être vigilants, notamment au regard du RGPD (Règlement général sur la protection des données).
L'IA peut nous aider à automatiser certaines tâches, mais elle ne remplace pas le jugement. C'est là que notre rôle reste irremplaçable : l'interprétation, le discernement, la capacité à conseiller. Nous préparons d'ailleurs un atelier dédié lors du congrès, avec 26 cas d'usage identifiés et des prompts concrets réutilisables. Nous avançons donc de manière pragmatique : l'IA est un outil de transformation du métier, pas une menace.»

Le dialogue entre professions du chiffre et du droit est-il appelé à se renforcer ?
«Il existe déjà. Nous travaillons régulièrement avec les avocats et les notaires. Ce sont nos partenaires naturels, même si nous intervenons sur des champs complémentaires. Sur les enjeux transversaux, comme l'intelligence artificielle ou la justice consulaire, nous avons d'ailleurs mené des réflexions communes. Les sociétés d'exercice interprofessionnelles restent marginales, mais cela ne nous empêche pas de coopérer efficacement.
Chacun a sa focale : les experts-comptables sont centrés sur l'entreprise, d'autres métiers davantage sur la personne de l'entrepreneur. Ensemble, nous pouvons offrir un conseil global. Et plus la technologie prendra de place, plus le besoin d'échange et de coordination entre professionnels s'imposera.»

Quel message souhaitez-vous adresser aux chefs d'entreprise ?
«Résilience et espoir. Les temps sont difficiles, c'est vrai, mais c'est justement dans l'adversité que les meilleures opportunités émergent. Comme en voile : quand le vent est stable, les bateaux avancent au même rythme. C'est quand les conditions se corsent que certains prennent l'avantage. Dans ces moment-là, le lien entre les entrepreneurs et leurs conseils est capital. Il permet de prendre du recul, de sécuriser les décisions, et de préparer l'avenir.»
Le 80e Congrès de l'Ordre des experts-comptables se tiendra du 17 au 19 septembre 2025 à Lyon Eurexpo.

Propos recueillis par Laetitia Blanchard, Directrice de L'informateur judiciaire à Nantes, membre de Réseau Hebdo Eco.
Configuré et Mis en ligne par MMH.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

CCI de Vaucluse : l'intelligence artificielle au service des TPE et PME



La Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Vaucluse organise un webinaire dédié à l'intelligence artificielle au service des TPE (très petites entreprises) et PME (petites et moyennes entreprises) de la région ce mercredi 2 juillet. Il est encore temps de s'inscrire.

Ce mercredi 2 juillet, l'IA sera mise à l'honneur au cours d'un webinaire proposé par la CCI de Vaucluse. Adressée aux TPE et PME régionales, cette journée permettra aux entrepreneurs de mieux connaître toutes les clefs pour booster leur compétitivité et leur visibilité en ligne.

Le programme

L'événement débutera à 10h avec deux échanges animés par des experts sur les thèmes 'Croissance & compétitivité : l'IA au service des PME' et 'Compétences d'avenir : l'IA au service de l'emploi et la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

formation’.

À partir de 11h, les entrepreneurs pourront en apprendre davantage sur le référencement naturel. Ils découvriront comment sélectionner les mots-clés pertinents pour maximiser leur visibilité en ligne, mais aussi comment l’intelligence artificielle peut transformer leur manière de rédiger du contenu pour mieux répondre aux attentes de leur audience et des moteurs de recherche.

L’après-midi, quant à lui, sera axé sur la publicité avec les principaux formats de la publicité en ligne pour maximiser l’impact de sa stratégie. Les participants au webinaire apprendront aussi comment générer des annonces performantes avec l’aide de l’IA.

Webinaire ‘L’IA au service des TPE/PME’. De 10h à 15h30. Inscription en ligne.