

LE PETIT LIVRE DE L'IA · CHAPITRE 6.1 · FICHE DE RÉVISION, STYLE EXAMEN

Le marché a changé d'interface : clients et talents

Synthèse 2026 Les clients demandent à une IA de leur trouver un artisan ; les candidats lui font écrire leur CV. Dans les deux cas, ceux qui cherchent ont changé de pratique avant ceux qui sont cherchés. Pour une PME, c'est un seul chantier : le même socle sert à convaincre le client et à attirer le talent.

1 L'essentiel à savoir par cœur

- **45 %** des PME pensent que leurs clients cherchent avec l'IA, mais **58 %** n'ont jamais vérifié ce que l'IA dit d'elles (étude PME Digital Pulse 2026).
- **86 %** des demandeurs d'emploi utilisent l'IA ; **69 %** des employeurs aussi, mais **39 %** seulement se disent plus enclins à engager après une candidature assistée (Talent Trends 2026).
- La valeur ne tient plus à **être listé**, mais à **être lisible et vérifiable** : des informations identiques partout et des preuves difficiles à imiter.
- Les plus fragiles : les **micro-entreprises** (18 % d'usage, 60 % jamais vérifié) et les **jeunes** (part des annonces junior en baisse de 32 % en 2025).

45 %
des PME : clients qui cherchent par IA

58 %
jamais vérifié ce que dit l'IA

86 %
des candidats utilisent l'IA

39 %
des employeurs convaincus

2 La base légale, article par article

- L'utilisation de l'IA par une PME reste soumise à la **loi sur la protection des données** dès qu'elle touche des clients, des candidats ou des collaborateurs : information (LPD 19), sous-traitance (LPD 9), transfert à l'étranger (LPD 16 et 17), annonce des violations (LPD 24).
- Une décision prise **exclusivement par un traitement automatisé** qui affecte une personne de manière significative doit lui être annoncée ; elle peut demander qu'une personne la revoie (LPD 21).
- Côté travail : l'employeur ne traite que les données utiles au poste (CO 328b) ; surveiller le comportement des travailleurs par un système est interdit (OLT 3 art. 26).
- Aucune loi n'oblige une PME à « être visible pour l'IA » : c'est une question de marché, pas de droit ; mais les informations qu'elle publie doivent être exactes.

3 Les règles, cas par cas

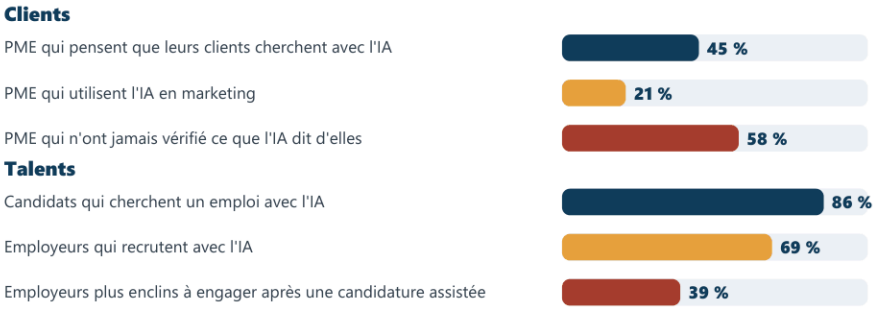
Situation	Règle	Article
Un client demande à une IA « le meilleur menuisier à Nyon »	La réponse dépend de ce qui est publié et cohérent sur l'entreprise	Constat
Un candidat envoie un dossier rédigé par une IA	Normal ; ce qui départage : les preuves et l'entretien	Constat
Un tri de candidatures entièrement automatique	Annoncer, permettre un réexamen humain	LPD 21
Des données de clients collées dans un outil public	À éviter : sous-traitance et transfert non maîtrisés	LPD 9, 16
Une PME de 5 personnes sans fiche à jour	Elle devient moins visible pour les clients et pour les jeunes	Analyse

4 La méthode, dans l'ordre

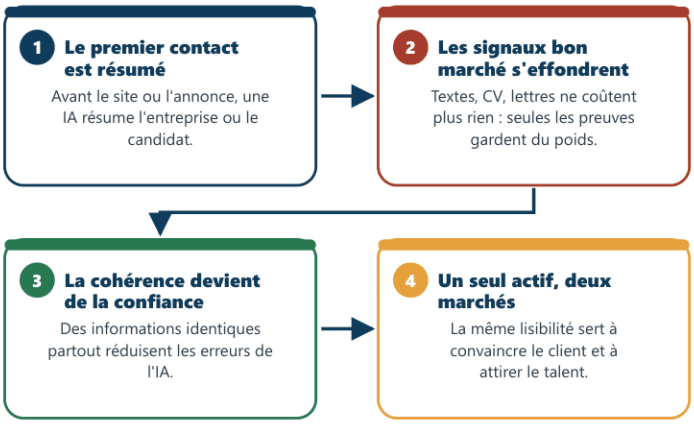
1. Tester ce que l'IA dit de l'entreprise.
2. Écrire une fiche d'identité unique.
3. La propager à l'identique.
4. Remplacer le discours par des preuves.
5. Refaire le test chaque trimestre.

> **« Être listé ne suffit plus : il faut être lisible et vérifiable. »**

5 Le schéma



Ceux qui cherchent (clients, candidats) avancent plus vite que ceux qui sont cherchés (PME, employeurs). Sources : PME Digital Pulse 2026 ; Talent Trends 2026.



Quatre mécanismes qui relient les deux mouvements (analyse)

6 Les pièges

Croire que le sujet est d'acheter un outil d'IA : le premier levier est d'avoir des informations exactes et identiques partout, ce qui est gratuit.

Côté RH et paie : Ce qui change pour le service RH

- Marque employeur et réputation commerciale se confondent : le même résumé d'IA parle de l'entreprise comme fournisseur et comme employeur ; voir la marque employeur.
- Recrutement : les dossiers se ressemblent ; privilégier les mises en situation, les entretiens structurés et les canaux à fort signal (stage, découverte, apprentissage, cooptation).
- Relève : les métiers pratiques restent demandés ; les rendre lisibles est un levier contre la pénurie ; voir relier les deux pénuries.

7 Le cas type du chapitre

Le garage qui ne trouve ni clients ni apprenti. Un garage de 6 personnes à Yverdon perd des clients et n'a reçu aucune candidature pour sa place d'apprentissage. Son site date de 2019, ses horaires diffèrent d'un annuaire à l'autre, et l'annonce d'apprentissage n'existe que sur une affiche dans l'atelier.

a. Quel est le point commun des deux problèmes ?
b. Par quoi commencer ?
c. Que mesurer dans trois mois ?

Corrigé en fin de fiche.

8 Le coin de l'expert

- Les chiffres de l'étude PME Digital Pulse 2026 sont des **perceptions déclarées** (504 décideurs marketing interrogés en mai 2026) ; l'étude est co-réalisée par un éditeur de solutions numériques pour PME : le constat est plausible, la conclusion « il faut un outil » n'est pas la seule possible.
- Le recul des annonces junior (−32 % de part en 2025 contre 2019-2022, Rapport IA jobup.ch 2026) n'est pas forcément causé par l'IA : une étude publiée en janvier 2026 (Iscenko et Curto Millet, EIG) situe le ralentissement des embauches débutantes avant l'arrivée de l'IA générative ; economiesuisse l'attribue surtout à la conjoncture.
- Mesures différentes, ordres de grandeur : perceptions, usages et intentions ne se comparent pas au point près ; l'écart entre « ceux qui cherchent » et « ceux qui sont cherchés » reste net dans les deux marchés.
- Trajectoire 2027-2030 (hypothèse) : des assistants qui agissent (réservent, comparent, postulent) ; une PME illisible pour une machine risque d'être absente, pas seulement mal classée.

10 Questions d'examen

1. Vrai ou faux ? Une majorité de PME suisses n'a jamais vérifié ce que l'IA dit d'elles.

2. Vrai ou faux ? Plus de 8 demandeurs d'emploi sur 10 utilisent l'IA dans leurs recherches.

3. Vrai ou faux ? Une candidature rédigée avec l'IA convainc presque toujours l'employeur.

4. Vrai ou faux ? Il est établi que l'IA explique le recul des postes junior.

5. Vrai ou faux ? Une décision purement automatisée sur un candidat doit lui être annoncée.

6. Vrai ou faux ? Être visible pour l'IA demande surtout des informations exactes et cohérentes.

7. Cas express : Par quoi une micro-entreprise doit-elle commencer ?

8. Résolvez le cas type de la section 7, « Le garage qui ne trouve ni clients ni apprenti », questions a à c.

9. Citez les étapes de la méthode, dans l'ordre, et la base légale du chapitre.

11 Corrigés

1. Vrai : 58 % (étude PME Digital Pulse 2026).

2. Vrai : 86 % (Talent Trends 2026).

3. Faux : 39 % seulement des employeurs se disent plus enclins à engager.

4. Faux : La causalité est contestée ; la conjoncture joue aussi.

5. Vrai : LPD 21.

6. Vrai : C'est le premier levier, et il est gratuit.

7. Une fiche d'identité unique, exacte, propagée partout. Être lisible avant d'automatiser.

8.

1. La lisibilité : un client comme un jeune (ou son assistant IA) ne trouve pas d'information fiable et cohérente.

2. Une fiche d'identité unique (horaires, services, place d'apprentissage) propagée partout ; la place publiée sur la bourse officielle des places d'apprentissage ; voir la PME lisible.

3. Le test de lisibilité avant et après, les appels et demandes de devis, les candidatures reçues.

9. 1) Tester ce que l'IA dit de l'entreprise. ; 2) Écrire une fiche d'identité unique. ; 3) La propager à l'identique. ; 4) Remplacer le discours par des preuves. ; 5) Refaire le test chaque trimestre. Base : LPD 9, 16, 17, 19, 21, 24 ; CO 328b ; OLT 3 art. 26 ; PME Digital Pulse 2026 ; Talent Trends 2026 ; Rapport IA jobup.ch 2026.