CE QUE FONT VRAIMENT LES SITES QUI GAGNENT SUR L'IA EN FRANCE

Sur cinq cents questions parmi les plus tapées en France, l'Aperçu IA de Google et ChatGPT citent certaines pages et pas les autres. Qu'ont en commun les pages citées, comparées à celles du top 10 que l'IA ignore ? Type, longueur, fraîcheur, auteur, preuves, prix, vitesse, liens. Mesuré le 6 septembre 2026, sans rien inventer.

504	6 312	2 513	1 641
QUESTIONS PARMI LES PLUS POSÉES EN FRANCE	PAGES LUES UNE À UNE AU NAVIGATEUR	PAGES CITÉES PAR L'APERÇU IA	PAGES CITÉES PAR CHATGPT

Indiana Tempié

Consultant et formateur en intelligence artificielle · Paris · Montpellier

Mesure du 6 septembre 2026
Chaque chiffre porte sa source et sa date

SOMMAIRE

01 **Synthèse** 3
Cinq chiffres, une page

02 **Pourquoi cette étude** 4
On vend des liens, personne ne mesure les pages

03 **Comment j'ai mesuré** 5
500 questions, 3 endroits, un audit par page

04 **Constat 1 : le type de page** 6
Guides, comparatifs, fiches, vidéos : ce que l'IA cite

05 **Constat 2 : longueur et structure** 8
Mots, titres, listes, tableaux, FAQ

06 **Constat 3 : fraîcheur et auteur** 10
Dates visibles, auteurs nommés, données structurées

07 **Constat 4 : preuves, prix, contact** 12
Ce que les pages citées affichent

08 **Constat 5 : liens et autorité** 14
Les domaines cités ont-ils plus de liens ?

09 **Ce que l'étude ne dit pas** 16
Corrélation, pas causalité

10 **Par où commencer** 17
Si vous tenez un site

11 **Réutiliser ces données** 18
Open data, licence, citation

12 **Sources** 19
Les études citées, datées

13 **L'auteur** 20
Méthode et contact

CINQ CHIFFRES, UNE PAGE

Pages citées par l'Aperçu IA ou ChatGPT (n = 3 112) contre pages des dix premiers résultats Google que l'IA ne cite pas (n = 1 205), sur 504 questions parmi les plus posées en France.

42,6 %

des pages citées affichent une date de publication, contre 49,5 % des pages non citées (-6,9 pts).

AUDIT AU NAVIGATEUR, 6 SEPTEMBRE 2026

44,7 %

des pages citées ont un auteur nommé, contre 46,9 % (-2,2 pts). Données structurées : 69,5 % contre 71,2 %.

JSON-LD, SIGNATURE VISIBLE, BALISE AUTEUR

880

mots en médiane pour une page citée, 1 083 pour une page non citée. Plus de 1 000 mots : 44,9 % contre 53,1 %.

MOTS VISIBLES À L'ÉCRAN

11,4 %

des pages citées montrent une preuve (avis, témoignages, logos), contre 14,5 %. Prix affiché : 43,6 % contre 50,8 %.

HEURISTIQUE PAR MOTS, MÊME RÈGLE POUR LES DEUX GROUPES

À RETENIR

Sur mes deux groupes, presque rien ne sépare les pages citées des autres : ni longueur, ni date, ni preuve, ni liens. La vidéo, oui.

ON VEND DES LIENS, PERSONNE NE MESURE LES PAGES

Depuis le 22 juillet 2026, jour où Google a lancé ses Aperçus IA en France, on explique aux entreprises comment « être visible dans l'IA ». Des liens, des communiqués, des annuaires, des mentions. Presque tout ce qui se publie en français sur ce sujet vient de gens qui vendent le remède, et la seule mesure d'ampleur sur la France est un relevé de deux jours par un éditeur d'outils (SE Ranking, 7 et 8 août 2026, 100 000 mots-clés). J'ai donc mesuré moi-même. 504 des questions les plus posées en France, relevées le même jour : les pages que l'Aperçu IA de Google et ChatGPT citent, et celles du top 10 Google qu'ils ne citent pas. Puis chaque page ouverte dans un navigateur pour noter ce qu'elle fait : son type, sa longueur, sa date, son auteur, ses preuves, ses prix, sa vitesse, ses liens. Ce document compare les deux groupes, chiffre par chiffre, avec ce que disent aussi les études tierces datées. Un premier livre blanc, Qui répond aux Français quand ils posent une question ?, dit qui tient la réponse.

COMMENT J'AI MESURÉ

01

Les questions

Je suis parti des questions que les Français tapent vraiment dans Google : vingt débuts de question (comment, pourquoi, combien, c'est quoi, quel…), les mille plus tapées pour chacun, avec leur volume mensuel en France. Après dédoublonnage et tri du bruit (heure, météo, célébrités, sites tapés par leur nom), des agents ont classé chaque question dans un domaine de la vie courante, avec un contrôle à l'aveugle sur cent cinquante d'entre elles. J'en ai gardé 504, les plus tapées de chaque domaine, 42 par domaine.

02

Les trois surfaces

Le même jour, chaque question a été posée à Google France sur ordinateur (les dix premiers résultats), à l'Aperçu IA de Google (le résumé écrit par Google au-dessus des résultats, avec les pages qu'il cite) et à ChatGPT, le produit réel, en France, avec la recherche web activée (la réponse et les pages qu'elle cite). Une seule passe, pas de moyenne : c'est une photographie datée.

03

Qui répond

Chaque domaine cité a été rangé dans un type d'acteur (État et institutions, médias, écoles, éditeurs de logiciels, plateformes, commerces, réseaux sociaux, cabinets, indépendants, encyclopédies…). D'abord par règles sur le nom du domaine, puis par des agents pour le reste, avec un contrôle à l'aveugle qui donne le taux d'accord. Aucun site n'est nommé dans ce document : on compte, on ne classe pas.

04

Ce que font les pages

Chaque page citée ou classée a été ouverte une fois dans un navigateur, en format téléphone, réseau réel : type de page, nombre de mots, date visible, auteur nommé, données structurées, tableaux, listes, vidéos, prix, preuves, formulaire, vitesse. Des faits observables, pas des notes.

05

Les agrégats

Un pourcentage n'est publié que s'il repose sur au moins trente observations, avec ce nombre affiché. En dessous, j'écris « échantillon insuffisant ». Les données agrégées sont en ligne, réutilisables avec la mention de la source et de la date.

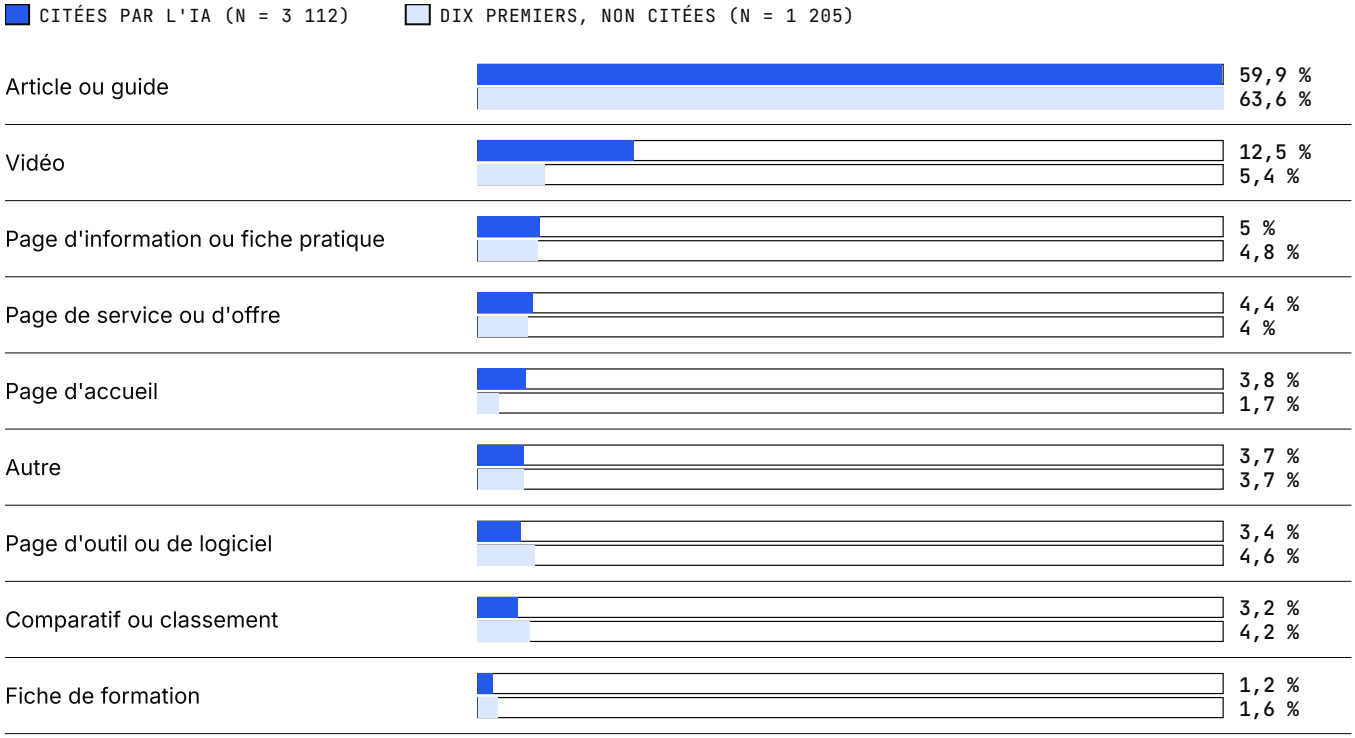
SURFACE	POSITIONS LUES	PAGES DISTINCTES	DOMAINES
Google, dix premiers résultats	4 171	3 693	2 016
Aperçu IA de Google	2 814	2 513	1 174
ChatGPT, recherche web	1 766	1 641	742

5 446 pages visitées au navigateur : 4 374 lues et retenues, 862 en erreur et 210 injoignables, exclues ; 4 317 servent aux comparaisons de traits · 6 septembre 2026

01 CE QUE L'IA CITE : DES GUIDES, DES FICHES, DES COMPARATIFS

Sur 3 112 pages citées par l'Aperçu IA de Google ou par ChatGPT, 59,9 % sont des articles ou des guides. Sur 1 205 pages des dix premiers résultats que ni l'un ni l'autre ne cite, la part monte à 63,6 %. Le type de page ne sépare presque rien.

Types de page, pages citées par l'IA contre dix premiers résultats non cités



Pages citées par l'Aperçu IA ou ChatGPT contre pages des dix premiers résultats Google que ni l'un ni l'autre ne cite · audit au navigateur, format téléphone, sans scripts tiers · 6 septembre 2026

J'ai ouvert 3 112 pages citées par l'Aperçu IA de Google ou par ChatGPT. Je les ai comparées à 1 205 pages des dix premiers résultats de Google que ni l'un ni l'autre ne cite. L'article ou le guide domine des deux côtés : 59,9 % contre 63,6 %. Le comparatif pèse 3,2 % contre 4,2 %. Les pages d'accueil restent rares des deux côtés, 3,8 % contre 1,7 %, comme les pages de service, 4,4 % contre 4 %. Les forums tombent à 0,9 % chez les pages citées, contre 3,2 % chez les non citées. Les publications sur un réseau social font 0,8 % contre 2,1 %.

L'écart net, c'est la vidéo : 12,5 % des pages citées contre 5,4 % des non citées. Il vient entièrement de l'Aperçu IA. La vidéo fait 21,4 % des 1 814 pages qu'il cite seul. Ce type n'apparaît pas du tout dans les 1 197 pages citées par ChatGPT seul. Même écart sur les pages qui portent une vidéo : 26,1 % chez l'Aperçu IA seul, 7,1 % chez ChatGPT seul.

ChatGPT cite d'autres formes. La fiche pratique monte à 8,8 % chez lui, contre 2,3 % chez l'Aperçu IA seul. La page d'accueil fait 8,2 % contre 1 %. Sur les 101 pages que les deux citent en commun, l'article ou le guide fait 73,3 %.

Mise en perspective : sur 100 000 mots-clés français relevés les 7 et 8 août 2026, SE Ranking trouve YouTube dans 51,31 % des Aperçus IA.

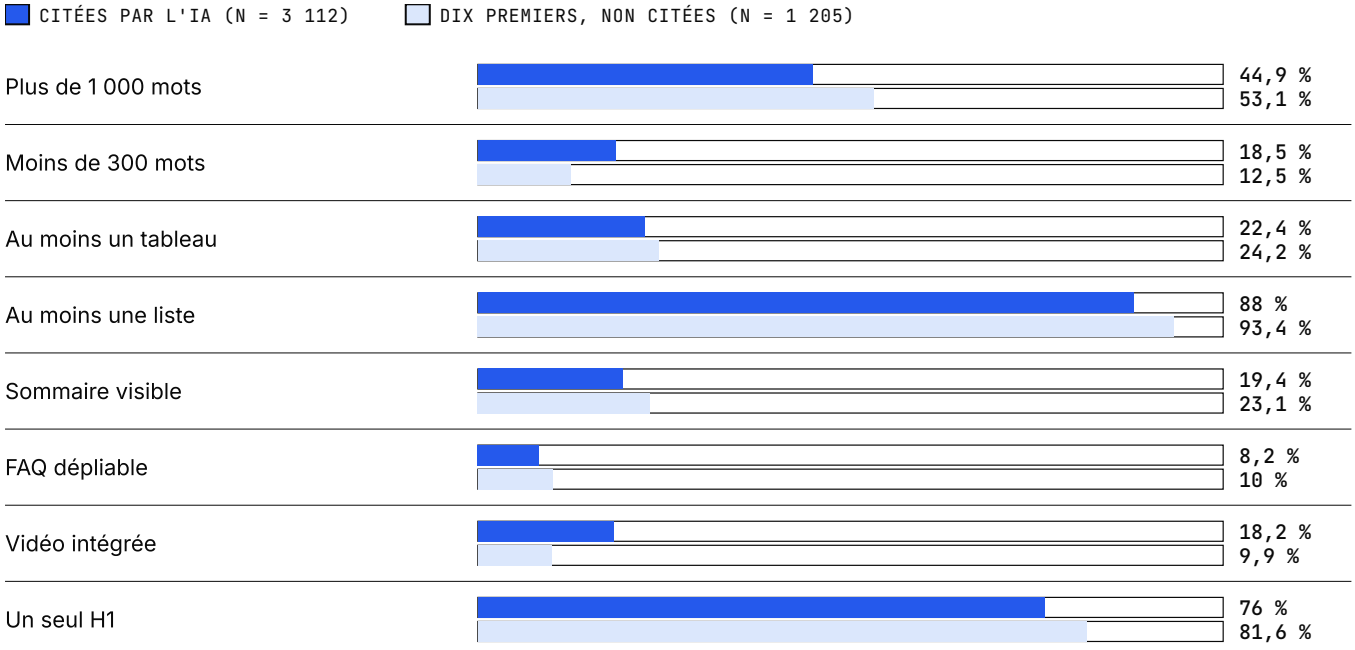
À RETENIR

Le type de page ne sépare pas les pages citées des autres. Le seul écart net, c'est la vidéo, et il se joue dans l'Aperçu IA de Google.

02 LONGUEUR, TITRES, LISTES, TABLEAUX, FAQ

Les pages citées par l'IA comptent 880 mots en médiane, contre 1 083 pour les pages non citées des dix premiers résultats de Google. Je compare 3 112 pages citées à 1 205 pages non citées.

Structure des pages, en part des pages



Pages citées par l'Aperçu IA ou ChatGPT contre pages des dix premiers résultats Google que ni l'un ni l'autre ne cite · audit au navigateur, format téléphone, sans scripts tiers · 6 septembre 2026

J'ai compté les mots de chaque page ouverte. La médiane, c'est la valeur du milieu : autant de pages au-dessus qu'en dessous. Les pages citées sont plus courtes : 880 mots sur 3 112 pages citées, contre 1 083 sur 1 205 pages non citées. 44,9 % des pages citées dépassent 1 000 mots, contre 53,1 % des non citées. Et 18,5 % des pages citées font moins de 300 mots, contre 12,5 % des non citées.

Sur la mise en forme, les écarts vont dans le même sens et restent petits. Tableaux : 22,4 % des pages citées contre 24,2 % des non citées, moins de deux points d'écart. Listes : 88 % contre 93,4 %. Sommaire : 19,4 % contre 23,1 %. FAQ dépliable : 8,2 % contre 10 %. Un seul titre principal : 76 % contre 81,6 %.

Un seul élément est plus fréquent sur les pages citées : la vidéo, présente sur 18,2 % d'entre elles contre 9,9 % des non citées. Là encore, l'écart vient d'un seul moteur. Sur les 1 814 pages citées par le seul Aperçu IA, 26,1 % portent une vidéo. Sur les 1 197 pages citées par le seul ChatGPT, 7,1 %.

Je décris ce que je vois, pas une recette. Ces écarts disent à quoi ressemblent les pages citées. Ils ne disent pas ce qui les fait citer.

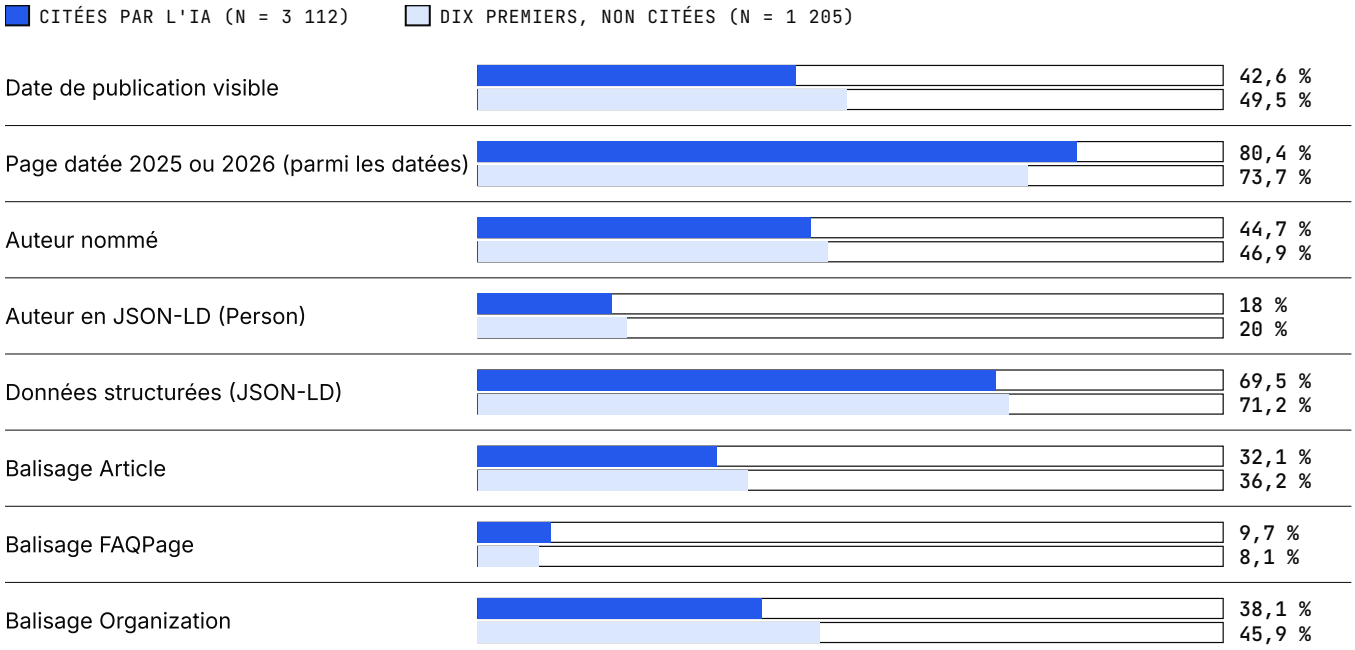
Mise en perspective : Ahrefs a mesuré la même chose le 3 décembre 2025. Sa surface : 174 048 pages citées par l'Aperçu IA dont les mots ont pu être comptés. La corrélation entre la longueur d'une page et sa place dans la citation y vaut 0,04. Une corrélation dit si deux mesures montent et descendent ensemble : 0 veut dire aucun lien, 1 un lien parfait. Ahrefs compte aussi 53,4 % des citations sur des pages de moins de 1 000 mots.

> **À RETENIR**
>
> Les pages citées sont plus courtes en médiane. Elles portent un peu moins de listes, de sommaires et de FAQ. Seule la vidéo est plus fréquente chez elles, et cet écart vient de l'Aperçu IA de Google.

03 DATES VISIBLES, AUTEURS NOMMÉS, DONNÉES STRUCTURÉES

Les pages citées par l'IA affichent moins souvent une date visible que les pages non citées : 42,6 % contre 49,5 %. Même relevé sur 3 112 pages citées et 1 205 pages non citées. Sur l'auteur nommé et sur les données structurées, l'écart penche du même côté.

Signaux de confiance, en part des pages



Pages citées par l'Aperçu IA ou ChatGPT contre pages des dix premiers résultats Google que ni l'un ni l'autre ne cite · audit au navigateur, format téléphone, sans scripts tiers · 6 septembre 2026

Mêmes deux groupes, même relevé. Ces 1 205 pages non citées sont un échantillon pris à intervalle régulier dans la liste, pas un tirage au sort. Date visible : 42,6 % des pages citées, 49,5 % des non citées. Auteur nommé quelque part sur la page : 44,7 % contre 46,9 %. Les deux écarts vont dans le même sens, et ce sens n'est pas celui qu'on m'annonce en conférence.

Les données structurées suivent la même pente. C'est un bloc de code caché dans la page, qui décrit son contenu aux machines. 69,5 % des pages citées en portent, contre 71,2 % des non citées. Par type, tels qu'ils s'écrivent dans le code. Article : 32,1 % contre 36,2 %. Organization : 38,1 % contre 45,9 %. Person : 24,4 % contre 28,9 %. L'auteur déclaré comme personne dans ce code : 18 % contre 20 %. Un seul type courant passe devant chez les pages citées : la FAQ déclarée dans ce code, 9,7 % contre 8,1 %. Le mode d'emploi déclaré passe devant lui aussi, 1 % contre 0,9 %, mais il est trop rare pour peser.

Un marqueur va dans l'autre sens. Parmi les pages qui affichent une date, 80,4 % des pages citées portent 2025 ou 2026, contre 73,7 % des non citées.

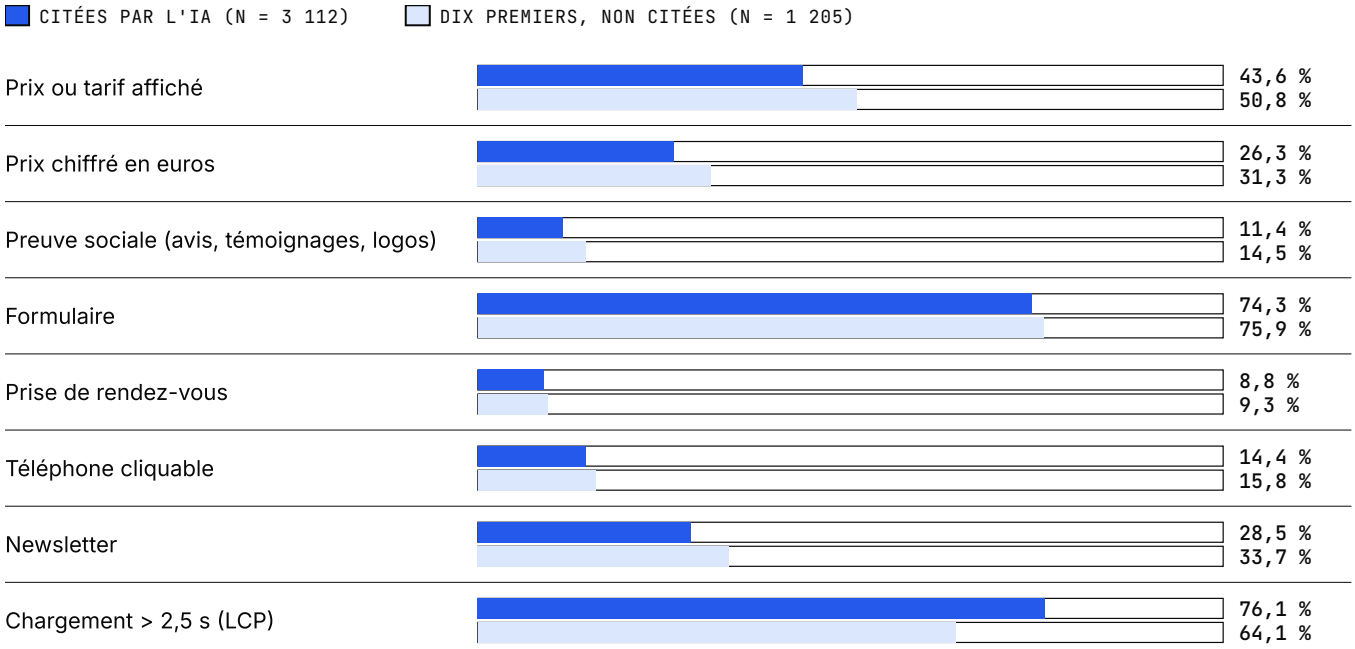
Rien de tout cela ne dit ce qui produit quoi. Mise en perspective : Ahrefs a suivi, le 11 mai 2026, 1 885 pages qui venaient d'ajouter ce code. Il les compare à 4 000 pages témoins de même profil. Après l'ajout, les citations en Aperçus IA reculent de 4,6 % par rapport au témoin. Sur ChatGPT, l'effet est indiscernable de zéro, à plus 2,2 %. Deux réserves. Ces pages recevaient déjà des citations avant l'ajout. Et les auteurs écrivent eux-mêmes qu'ils ne peuvent pas mettre cette baisse sur le dos du code ajouté. Le pays n'est pas précisé.

> **À RETENIR**
>
> Sur la date, l'auteur et les données structurées, les pages citées ne font pas mieux que les non citées. Les écarts sont petits ou inversés.

04 CE QUE LES PAGES CITÉES AFFICHENT

Preuve sociale, prix, formulaire, téléphone, lettre d'information : aucun de ces repères n'est plus présent sur les pages citées que sur les non citées. Preuve sociale : 11,4 % contre 14,5 %.

Preuves, prix et contact, en part des pages



Pages citées par l'Aperçu IA ou ChatGPT contre pages des dix premiers résultats Google que ni l'un ni l'autre ne cite · audit au navigateur, format téléphone, sans scripts tiers · 6 septembre 2026

Même grille de lecture sur les deux groupes : 3 112 pages citées, 1 205 pages non citées. Aucun repère commercial n'est plus présent chez les citées. La preuve sociale, c'est-à-dire les avis, les témoignages, les logos de clients : 11,4 % contre 14,5 %. Un prix ou un mot de tarif : 43,6 % contre 50,8 %. Un montant en euros : 26,3 % contre 31,3 %. Un formulaire : 74,3 % contre 75,9 %. Une prise de rendez-vous : 8,8 % contre 9,3 %. Un téléphone cliquable : 14,4 % contre 15,8 %. Une inscription à une lettre d'information : 28,5 % contre 33,7 %.

La vitesse penche du même côté. Le plus gros élément affiché arrive en 3 680 millisecondes sur les pages citées, contre 2 994 sur les non citées. Au-dessus de 2,5 secondes : 76,1 % contre 64,1 %. Poids de la page : 446 kilo-octets contre 423. Je mesure sans les médias ni les polices, et sans les scripts des autres sociétés. C'est le contenu propre du site, pas le temps réel chez le visiteur.

Ces repères sont des règles de détection automatique, passées à l'identique sur les deux groupes. Un bouton de rendez-vous nommé autrement échappe au compte, des deux côtés. Et un formulaire, c'est n'importe quel formulaire, une barre de recherche comprise. Ce chiffre-là dit qu'un champ existe, pas qu'on cherche à vendre.

Mise en perspective : une mesure américaine regarde l'autre preuve sociale, celle qui vit hors de la page. Elle a été relevée en mai 2026, sur 1 120 recherches dans 13 villes. Les entreprises citées seulement par le mode IA de Google ont une médiane de 358 avis. Celles qui apparaissent seulement dans le bloc local, la carte et les fiches, en ont 240. Les notes, elles, se touchent : 4,83 contre 4,84. Deux réserves : son auteur écrit lui-même qu'il n'établit aucun lien de cause à effet, et rien de tout cela n'est français.

À RETENIR

Ce que la page affiche pour vendre ne sépare pas les deux groupes. Sur mes sept repères, les pages citées sont au niveau des non citées ou en dessous.

05 LES DOMAINES CITÉS ONT-ILS PLUS DE LIENS ?

Les sites cités par l'IA ont moins de sites qui font un lien vers eux que les non cités : 1 072 en médiane contre 1 337. Et deux fois plus de petits sites.

MESURE	DOMAINES CITÉS PAR L'IA	DOMAINES DES DIX PREMIERS, NON CITÉS
Sites qui font un lien vers le domaine (médiane)	1 072	1 337
Part des domaines à moins de 100 sites qui font un lien	15,1 %	7,5 %
Part des domaines à 10 000 sites et plus	15,4 %	15,8 %
Rang DataForSEO (médiane, sur 1 000)	328	343
Score de spam (médiane, sur 100)	18	18

n = 1 754 et 957 domaines · DataForSEO Backlinks, appels groupés · 6 septembre 2026

Ici je change d'échelle : je compte des sites, pas des pages. J'ai comparé 1 754 sites cités par l'Aperçu IA ou par ChatGPT à 957 sites non cités des dix premiers résultats. Ce que je compte, c'est le nombre d'autres sites qui font au moins un lien vers eux. On appelle ça un domaine référent : un site qui pointe vers le vôtre. Médiane : 1 072 sites qui font un lien chez les cités, 1 337 chez les non cités.

L'écart se joue en bas de l'échelle. 15,1 % des sites cités ont moins de 100 sites qui font un lien vers eux, contre 7,5 % des non cités. En haut, rien ne bouge : 15,4 % des cités dépassent 10 000 sites qui font un lien, contre 15,8 % des non cités. La note de spam du fournisseur de données est la même, 18 des deux côtés. Son rang de domaine ne sépare pas non plus les deux groupes : 328 contre 343, sur 1 000.

Ce que ça montre : parmi les sites cités, il y a deux fois plus de petits sites. Ce que ça ne montre pas : une cause. Je compare deux groupes à une date, je ne suis aucun site dans le temps. Et un même site peut être cité sur une question et ignoré sur une autre : il compte alors dans les deux groupes.

Mise en perspective : Ahrefs a publié le 26 mai 2025 une mesure sur 75 000 marques. Les mentions de la marque sur le web arrivent à 0,664 de corrélation, les sites qui font un lien à 0,295, le nombre de liens à 0,218. Ahrefs écrit lui-même qu'il s'agit de corrélations, jamais de causes. Il ne déclare ni pays ni période, et vend un outil de suivi de mentions.

> **À RETENIR**
>
> En médiane, les sites cités par l'IA ont moins de sites qui font un lien vers eux : 1 072 contre 1 337. Et deux fois plus souvent moins de 100.

CE QUE L'ÉTUDE NE DIT PAS

Les limites, écrites noir sur blanc, avant les conclusions.

- Une photographie, un jour, un pays. Google, l'Aperçu IA et ChatGPT changent leurs réponses ; la mesure se refait à trente et soixante jours.
- Mon corpus est fait de questions (comment, pourquoi, combien…). Google affiche plus souvent un Aperçu IA sur les questions longues que sur les mots-clés courts : SE Ranking mesure 41,59 % de déclenchement à deux mots contre 71,32 % à neuf mots (7 et 8 août 2026, 100 000 mots-clés). Ma part d'Aperçus IA est donc plus haute que la moyenne de toutes les recherches françaises, et ne doit pas être lue comme telle.
- Les questions viennent des volumes de recherche Google. Ce qu'on demande à ChatGPT sans passer par Google n'est pas mesuré.
- ChatGPT a été interrogé sans compte, en France, avec la recherche web. Un compte connecté, un historique, une autre ville donnent d'autres réponses.
- L'audit des pages mesure ce qui est observable dans le code et à l'écran : il ne juge ni la qualité d'un texte, ni sa justesse.
- Une corrélation n'est pas une cause. Que les pages citées aient plus souvent une date visible ne prouve pas que la date fait la citation.
- Les types d'acteurs et de pages sont des classements humains et automatiques, contrôlés sur un échantillon ; le taux d'accord est publié, l'erreur résiduelle existe.

PAR OÙ COMMENCER, SI VOUS TENEZ UN SITE

Regardez le type de page

Le constat 1 dit quels types de pages l'IA cite le plus, comparés au top 10 qu'elle ignore. Une page d'accueil ou une page de service n'est pas une page de réponse.

Datez, signez, structurez

Le constat 3 mesure la part des pages citées qui affichent une date, un auteur nommé et des données structurées. C'est le geste le moins cher.

Montrez des preuves et des prix

Le constat 4 mesure ce que les pages citées affichent : avis, témoignages, tarifs, moyen de contact.

Ne commencez pas par les liens

Le constat 5 compare l'autorité des domaines cités et non cités. Lisez-le avant d'acheter quoi que ce soit.

RÉUTILISER CES DONNÉES

Les résultats agrégés de cette étude sont en ligne, en JSON, à l'adresse ci-dessous. Vous pouvez reprendre un chiffre, un tableau ou un graphique, dans un article, une présentation ou un cours, avec la mention « Indiana Tempié, étude septembre 2026 » et la date de mesure. Les données brutes nomment des sites : elles ne sont pas publiées, et je ne les transmets pas.

CITER CETTE ÉTUDE

Indiana Tempié, « Ce que font vraiment les sites qui gagnent sur l'IA en France », étude originale, mesure du 6 septembre 2026, indiana-tempie.com/presse/. Données agrégées (JSON, mesure du 6 septembre 2026) : indiana-tempie.com/presse/sites-gagnent/resultats-2026.json. Licence CC BY 4.0, attribution à Indiana Tempié avec la date de mesure. Contact : contact@indiana-tempie.com.

SOURCES

Mes mesures

Questions	DataForSEO Labs, keyword_suggestions, Google France, français, 20 préfixes interrogatifs, 1 000 mots par préfixe triés par volume, relevé du 6 septembre 2026
Google et Aperçu IA	DataForSEO SERP, google/organic/live/advanced, France, ordinateur, dix premiers résultats, Aperçu IA chargé, 6 septembre 2026
ChatGPT	DataForSEO AI Optimization, chat_gpt/llm_scraper/live/advanced, produit réel, France, recherche web forcée, 6 septembre 2026
Pages	Chromium headless, viewport 393 × 852, une visite par page, 6 septembre 2026 ; médias, polices et scripts tiers non chargés
Liens	DataForSEO Backlinks, bulk_ranks, bulk_referring_domains, bulk_spam_score, 6 septembre 2026

Études citées dans ce document

- **Google France**, Lancement des Aperçus IA et du Mode IA dans la Recherche Google en France, 22 juillet 2026
  https://blog.google/intl/fr-fr/nouveautes-produits/explorez-obtenez-des-reponses/recherche-ia-apercus-mode/
- **SE Ranking**, AI Overviews Already Appear on Over 52% of French Searches, 18 août 2026 (100 000 mots-clés français, relevé des 7 et 8 août 2026, 52 564 Aperçus IA analysés)
  https://seranking.com/blog/ai-overviews-france-study/
- **Ahrefs**, Short vs. Long Content in AI Overviews: The Data Says Both Work, 3 décembre 2025 (174 048 pages citées par l'Aperçu IA dont les mots ont pu être comptés)
  https://ahrefs.com/blog/short-vs-long-content-in-ai-overviews/
- **Ahrefs**, We Tracked 1,885 Pages Adding Schema. AI Citations Didn't Move, 11 mai 2026 (1 885 pages ayant ajouté des données structurées, 4 000 pages témoins)
  https://ahrefs.com/blog/schema-ai-citations/
- **Ahrefs**, Étude de corrélation entre mentions de marque, liens et visibilité dans les Aperçus IA, 26 mai 2025 (75 000 marques ; corrélations, pays et période non déclarés)
  https://ahrefs.com/blog/ai-overview-brand-correlation/
- **Local SEO Data (Noah Owsiany)**, AI Mode vs Local Pack: 28.5% of Local Pack Businesses Are Invisible in Google AI Mode, 2 juin 2026 (relevés du 20 au 22 mai 2026) (1 120 recherches, 13 villes américaines)
  https://localseodata.com/studies/ai-mode-vs-local-pack

L'AUTEUR

Je suis Indiana Tempié, consultant, formateur et chef de projet en intelligence artificielle et automatisation, à Paris, à Montpellier et à distance. J'aide les PME et les dirigeants à intégrer l'IA de façon concrète : cadrage des cas d'usage, automatisation des processus, formation des équipes sur leurs propres outils, pilotage de projet. Je détiens 88 certifications en intelligence artificielle, chacune vérifiable en ligne. Ma méthode tient en une règle : mesurer avant d'opiner. Questions sur les données, demandes d'interview : contact@indiana-tempie.com.