

SOMMAIRE

- P2 Assurance-vie : un nouvel élan pour l'épargne des Français
 - P3 Google vs OpenAI : Le duel s'invite dans votre iPhone
 - P4 Les spiritueux se réinventent
 - P5 L'IA agentique : des assistants tous azimuts
-

Assurance-vie



Un nouvel élan pour l'épargne des Français

Après plusieurs années de décollecte, l'assurance-vie française connaît un rebond inédit. La collecte nette a franchi le seuil des 50 milliards d'euros pour la première fois depuis 2010, tandis que les plans d'épargne-retraite assurantiels (PER) confirment leur croissance. Les Français continuent de privilégier ce placement de long terme, tout en diversifiant leurs épargnes face à des marchés financiers plus volatils.

Actualités

La collecte nette de l'assurance-vie a atteint 50,6 milliards d'euros en 2025, portée par des cotisations annuelles de 192,1 milliards, soit 17,1 milliards de plus qu'en 2024. Les PER ont également progressé avec 20,2 milliards de versements et un encours de 111,9 milliards pour 7,9 millions d'assurés. Ce rebond marque un regain d'intérêt des Français pour ce placement sécurisé, tout en reflétant les stratégies des assureurs pour séduire et fidéliser les épargnants.

Évolutions

Le fonds euros, après cinq années de décollecte consécutives, redevient attractif avec 8,1 milliards d'euros de collecte positive, tandis que les unités de compte représentent 84 % de la collecte totale. Cette tendance traduit la volonté des épargnants de combiner sécurité et performance et illustre la montée en puissance des supports plus dynamiques. Les assureurs adaptent ainsi leurs offres pour répondre aux attentes d'une clientèle cherchant diversification et rendement dans un contexte économique complexe.

Enjeux de demain

L'avenir de l'assurance-vie repose sur la capacité des assureurs à maintenir l'attractivité du fonds euros malgré des rendements bas persistants. Ils devront continuer à accompagner les épargnants dans la diversification vers les unités de compte et les PER, tout en garantissant une information claire et pédagogique. L'assurance-vie reste un outil central pour financer l'économie française, soutenant l'industrie, les infrastructures et la santé publique, tout en consolidant l'épargne longue des ménages.

IA contre IA



Google vs OpenAI : Le duel s'invite dans votre iPhone

L'année 2026 s'ouvre sur un tournant majeur dans la course à l'IA. Si ChatGPT demeure l'outil le plus populaire auprès du grand public, la domination d'OpenAI est challengée de toutes parts. Aux côtés d'Anthropic, de Meta ou de DeepSeek, Google s'impose aujourd'hui comme le concurrent le plus crédible à OpenAI porté par des avancées technologiques rapides et un écosystème puissant.

Actualités

Apple a récemment fait évoluer sa stratégie IA en annonçant un partenariat avec Google, visant à intégrer les modèles Gemini au cœur de ses futures produits (notamment SIRI 2.0). Gemini s'offre ainsi une porte d'entrée chez des millions d'utilisateurs, remettant en question la place d'OpenAI, partenaire historique d'Apple. Gemini s'impose en tête de benchmarks de référence comme *LMarena Leaderboard*, se distinguant par ses capacités de raisonnement et sa compréhension multimodale surpassant ChatGPT. Aujourd'hui Google impose son rythme sur l'IA, en s'appuyant notamment sur son laboratoire de recherche : *Google DeepMind*.

Évolutions

Si ChatGPT conserve son trône avec 800 millions d'utilisateurs hebdomadaires, sa part de marché recule, passant de 80% à 65% en un an, tandis que celle de Gemini a triplé pour atteindre les 20%. Le duel ne se limite plus à la génération de texte mais à l'intégration dans les usages quotidiens. Google bénéficie d'un avantage clé : son écosystème (Android, Workspace, Cloud et désormais Apple), facilitant une adoption rapide à grande échelle. À cela s'ajoute une maîtrise de l'infrastructure grâce à l'usage de TPU internes, réduisant la dépendance aux GPU de Nvidia.

Enjeux de demain

L'IA générative exige des investissements massifs en infrastructure et en R&D. Là où OpenAI reste dépendant de financements externes, Google s'appuie sur des revenus diversifiés issus de ses activités historiques. En 2026, l'enjeu dépasse la simple conversation pour entrer dans l'ère des « *IA agentique* » : l'IA doit exécuter des tâches complexes de bout en bout et comprendre un environnement de travail complet. À terme, c'est la capacité à industrialiser ces modèles d'IA et à les intégrer dans les produits et les services du quotidien qui fera la différence entre les acteurs.



Spiritueux



Le marché des spiritueux se réinvente

Le secteur des spiritueux est en pleine transformation. Entre tensions tarifaires, recul de la consommation d'alcool et évolution des attentes des consommateurs, les acteurs historiques adaptent leurs stratégies. La réorganisation de Pernod Ricard annoncée en juin 2025 illustre cette pression, liée à des contraintes financières mais aussi à des changements durables de comportements, notamment avec le « Dry January ».

Actualités

En soixante ans, la consommation d'alcool a chuté de 60 % en France (OFDT). Les jeunes générations contribuent fortement à cette évolution, avec une consommation plus occasionnelle, des attentes accrues en matière de bien-être. Le vin est particulièrement affecté, la bière et les spiritueux résistent mieux, malgré un ralentissement global des volumes. Le « Dry January », qui vient de se terminer, confirme cette tendance de fond en séduisant de plus en plus de Français en quête d'une pause après les fêtes.

Évolutions

Face à ces mutations, le secteur accélère sa diversification, notamment vers les boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool. Pernod Ricard illustre cette inflexion avec le lancement de Beefeater 0.0 %, version sans alcool d'une marque iconique. Si ce segment reste encore marginal à court terme, il constitue un levier de croissance stratégique. Les investissements en innovation, R&D et marketing visent à répondre aux attentes des jeunes consommateurs tout en préservant les codes de convivialité et de plaisir propres aux spiritueux.

Enjeux de demain

La baisse de la consommation d'alcool s'inscrit désormais dans une tendance structurelle. Face à cette réalité, la capacité des acteurs du secteur à anticiper les évolutions du marché, à faire évoluer leur portefeuille de marques et à investir dans des alternatives crédibles devient un levier stratégique majeur. Plus qu'une simple adaptation, c'est une transformation en profondeur qui s'opère, avec pour enjeu de préserver la création de valeur malgré la montée des taxes internationales pesant sur un secteur emblématique du savoir-faire français.

IA agentique



Assistants tous azimuts

L'ère de l'IA agentique, cette nouvelle étape fondée sur l'outillage et l'orchestration de capacités de raisonnement des LLM, arrive aujourd'hui au stade de l'industrialisation.

Le déploiement grand public avance à grand pas et dans l'entreprise, lorsqu'on parlait hier de RPA, ce sont demain les IA génératives qui seront aux commandes pour automatiser les process. Avec des enjeux cruciaux sur la customisation et la régulation de ces systèmes, capables de prises de décisions autonomes...

Actualités

Les GAFAM accélèrent dans leur course aux agents autonomes grand public : AgentKit chez OpenAI, rachat de Manus par Meta, et dernièrement AutoBrowse directement intégré au navigateur Chrome de Google.

Parallèlement, les scale-up européennes, tirées par Mistral avec son AI Studio, ou encore Lovable fer de lance du vibe coding, leur emboîtent le pas.

Tous visent une conception plus facile des agents et à élargir leur champ d'action avec une multiplication des outils à leur disposition.

Évolutions

Pour accompagner le passage à l'échelle et la mise en production opérationnelle des solutions, la définition de standards d'opérabilité est un enjeu de court terme affiché. En témoigne le regroupement récent d'acteurs autour de l'Agentic AI Foundation (AAIF) ou le déploiement des protocoles Agent-to-Agent (A2A) et AP2 par Google.

Le process mining, le vibe coding et les agents grand public se concrétisent : garder ces systèmes sous contrôle devient un enjeu clé.

Enjeux de demain

Les agents IA promettent une automatisation massive des processus complexes et vont sans doute générer une transformation profonde des modes de travail, avec une montée en compétence et l'émergence de nouveaux métiers, pour ne garder que le meilleur.

La maîtrise de ces outils (gouvernance, orchestration) et la fine compréhension de leur impact sur les méthodes de travail et notre quotidien seront des éléments clés à appréhender dans leur adoption.





OLEASTER

Contacts



Cédric BENOTEAU

Associé

cedric.benoteau@oleasterconsulting.com



Silvère POUDRÉ

Senior manager

silvere.poudre@oleasterconsulting.com

A propos d'Oleaster

OLEASTER, cabinet de conseil indépendant dédié à la transformation, aide les organisations à s'adapter aux mutations économiques, numériques et sociétales.

Nos équipes réparties en 3 bureaux (Paris, Nantes et Niort) rassemblent des passionnés de la transformation autour d'une même vision du conseil marquée par :

- Une approche collaborative et définitivement centrée-client ;
- La volonté de trouver le meilleur équilibre entre innovation et pragmatisme ;
- L'assurance de donner du sens aux réponses apportées ;
- Beaucoup d'humilité, d'écoute et d'énergie.

OLEASTER vous accompagne sur l'ensemble du cycle de vie de la transformation, mais aussi à travers des expertises spécifiques : innovation organisationnelle, marketing et création de valeur, data, finance et conformité.