

# L' Intelligence Artificielle dans le commerce



Enjeux, impacts & recommandations



**Prolongement de la digitalisation, voire de l'informatisation des entreprises, l'Intelligence Artificielle (IA) se diffuse progressivement au travers de multiples applications concrètes comme, par exemple, la reconnaissance faciale.**

# Recourir à l'Intelligence Artificielle (IA) dans de bonnes conditions

Face à cette diffusion, une étude sur les impacts de l'Intelligence Artificielle (IA) dans le commerce était lancée, fin 2019, par les partenaires sociaux de neuf branches professionnelles du commerce<sup>(1)</sup> avec deux objectifs prioritaires :

- **définir et mesurer** l'impact de l'IA sur l'ensemble des métiers et compétences du commerce ainsi qu'au niveau organisationnel,
- **identifier et analyser** les actions d'ores et déjà mises en œuvre ou en cours d'expérimentation pour s'adapter à cette évolution afin de capitaliser sur les bonnes pratiques.

Cette étude a été pilotée par l'Observatoire Prospectif du commerce en partenariat avec l'Etat, dans le cadre d'un EDEC (Engagement de Développement des Emplois et des Compétences).

La branche des Grands Magasins et Magasins Populaires a souhaité mettre à disposition de ses entreprises adhérentes les enseignements de cette étude sous la forme de deux supports complémentaires :

- **ce guide** présentant de façon synthétique les principaux enjeux et impacts de l'IA dans le commerce,
- **une page web dédiée, accessible sur : [alliancecommerce.org/nos-publications/](http://alliancecommerce.org/nos-publications/)**, abondant pour la branche, de façon plus exhaustive et pragmatique, les sujets relatifs à la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) et les actions potentielles à mettre en place pour s'adapter aux nouveaux enjeux de l'IA.

(1) Commerce à distance, Commerce à prédominance alimentaire (détail et gros), Commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie, Commerce succursaliste de la chaussure, Commerce succursaliste de l'habillement, Commerces de Détail Non Alimentaires, Grands Magasins et Magasins Populaires, Entreprises de distribution, importation, exportation en chaussures, jouets, textiles et mercerie, Professions de la photographie.

# Commerce & Intelligence Artificielle : les enjeux

## QU'EST-CE QUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ?

Ce sont des applications informatiques qui réalisent des tâches relevant de la vision, de l'écriture, de la parole, de la résolution de problème, etc., à « des fins d'assistance ou de substitution à des activités humaines » (JO du 09/12/2018).

## Intelligence Artificielle : une évolution progressive dans le commerce

Dans le secteur du commerce, informatisé depuis longtemps et générateur d'un volume de données clients de plus en plus massif, le développement progressif de l'Intelligence Artificielle repose sur la conjonction de **3 facteurs** :

1

**L'augmentation de la puissance de calcul des ordinateurs**

2

**La massification des données disponibles**  
(internet, réseaux sociaux, objets connectés...)

3

**Des avancées significatives dans la compréhension du cerveau et des actions cognitives**

**L'IA impacte toutes les branches du commerce** et pas seulement la dimension e-commerce. Elle a ainsi toute sa place dans les **magasins physiques** au travers de caméras intelligentes par exemple.

**A l'heure actuelle, les principales applications de l'IA se distinguent par leur degré de maturité :**

### Utilisées

- > Personnalisation site web (affichage, recherche...).
- > Recommandations marketing (vente additionnelle, promotions...).
- > Chatbots/assistants.

### Testées

- > Préparation commande robotisée.
- > Inventaire automatisé.
- > Nouvelles Aides à la Vente Auto (ex. miroir connecté).

### A l'étude

- > Drone livreur.
- > Recherche web d'un article par photo/à la voix.
- > Contrôle de l'état marchand par rayon (rupture, produits cassés...).

### Des champs où l'intégration de l'IA semble incontournable :

- **A moyen terme : la robotique et la vision machine.**
- **A plus long terme : le traitement de la voix.**



### Intelligence Artificielle : source de performances commerciales pour les entreprises

Le déploiement de solutions d'IA offre aux entreprises du secteur du commerce de véritables opportunités de croissance pour répondre à 2 grands enjeux :

1

Développer leur chiffre d'affaires et optimiser les marges.

2

Fluidifier l'expérience client.

### Intelligence Artificielle : 4 grandes tendances à anticiper

Mettre en place des solutions d'IA nécessite de prendre en compte dès maintenant 4 tendances qui se dessinent à court/moyen termes.

#### Tendance 1

Un développement croissant du recours à l'IA sur tous les domaines des fonctions cognitives et notamment celles de la perception et de l'exécution (ex. : moteur de recherche par image, par voix).

#### Tendance 2

Une combinaison accrue des différentes technologies (digital, IA, internet des objets) et des différents domaines (robotique et caméras intelligentes).

#### Tendance 3

Un recours croissant à des plateformes de mise en relation offreurs et demandeurs en ligne, notamment quand les ressources de l'entreprise sont limitées.

#### Tendance 4

Le développement des technologies de l'IA pour des activités de siège et non spécifiques au secteur (comptabilité, contrôle de gestion, achats, analyseur d'emails...).

# Degré d'intérêt pour les métiers du commerce

L'intérêt de mettre en place des solutions IA n'est pas le même selon les métiers. A partir d'une analyse de 193 métiers du commerce répartis sur les neuf branches professionnelles, 4 grandes familles de métiers émergent en fonction du degré d'intérêt que représente l'IA pour elles.

#### Intérêts immédiats pour l'IA

##### Famille 1

##### Métiers concernés :

Libre-service, manutention, fonction support « techniques » (comptabilité...), community manager...



#### Intérêts à confirmer pour l'IA / faisabilité faible

##### Famille 3

##### Métiers concernés :

Chef de rayon, chef d'équipe logistique, chef de produit...



#### Intérêts à confirmer pour l'IA / faisabilité forte

##### Famille 2

##### Métiers concernés :

Spécialités produits (vente-conseil), métiers de bouche, autres fonctions support (marketing...).



#### Intérêts faibles pour l'IA

##### Famille 4

##### Métiers concernés :

Gouvernance (directeur de magasin...), créativité (styliste...).



Le déploiement de l'IA s'intensifiera d'abord sur les activités de la famille 1 puis sur les activités des familles 2 et 3 et enfin sur les activités de la famille 4.

#### FOCUS GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES

Retrouvez un focus sur l'intérêt du déploiement de l'IA par grands métiers de la branche des Grands Magasins et Magasins Populaires sur la page <https://alliancecommerce.org/nos-publications/>

# Evolution des compétences clés des **six métiers** **transverses** d'ici 2023

Dans le cadre du déploiement de l'IA, l'étude permet d'anticiper quatre évolutions en compétences clés de façon transverse.

## Évolution 1

### PLUS DE POLYVALENCE ET D'ESPRIT CRITIQUE

**Métiers concernés :** Employé libre-service, agent logistique, vendeur conseil à distance (Famille 1)

La technologie va faire plus de recommandations et de propositions (pour la vente, la mise en rayon) mais il faudra quand même garder un certain recul et un esprit critique lorsque celle-ci émettra des diagnostics erronés.

## Évolution 2

### ACQUISITION DE COMPÉTENCES À LA FOIS SIMPLES ET COMPLEXES D'USAGE DES OUTILS DIGITAUX

**Métiers concernés :**

- Employé libre-service, agent logistique, vendeur conseil à distance (Famille 1)
- Managers (Famille 4)

A tous les niveaux, la maîtrise de l'écosystème digital de l'entreprise, pour elle-même et pour accompagner le client sur ses usages, va devenir incontournable.

## Évolution 3

### VERS UN PROFIL DU VENDEUR CONSEIL EN MAGASIN ENTRE « RETAIL-TAINER » ET « VENDEUR EXPERT »

**Evolution du profil de vendeur conseil soit :**

- vers un profil de « retail-tainer » : insérer le client dans une communauté autour de l'univers de l'enseigne,
- vers un profil de « vendeur expert » : renforcer la connaissance produit par des outils d'aide au diagnostic.

## Évolution 4

### PLUS D'OUTILS D'IA POUR LE DIRECTEUR DE MAGASIN

Mise à disposition du directeur de magasin d'outils d'aide au pilotage financier du magasin, dans l'organisation et la gestion au quotidien, dans le contrôle de la qualité et de la sécurité.



#### FOCUS GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES

Retrouvez un focus sur l'impact de l'IA par grands métiers de la branche des Grands Magasins et Magasins Populaires sur la page <https://alliancecommerce.org/nos-publications/>

# Recommandations

Au terme de cette étude sur l'impact du déploiement de l'IA dans le commerce, 3 recommandations sont formulées :

1

**Accentuer l'effort d'acculturation, ou d'adaptation,** des dirigeants et des salariés du secteur du commerce afin de partager **une vision réaliste et équilibrée des impacts possibles** de l'IA sur leurs métiers.

2

**Mutualiser et rationaliser les efforts d'investissement** entre acteurs, de manière à accroître leur efficacité.

3

**Accompagner la montée en compétences** des collaborateurs.



#### FOCUS GRANDS MAGASINS ET MAGASINS POPULAIRES

Retrouvez un focus sur les recommandations sur la page <https://alliancecommerce.org/nos-publications/>



## bservatoire prospectif du commerce

Observatoire prospectif du commerce  
251, boulevard Pereire - 75852 Paris cedex 17  
Tél. : 01 55 37 41 51  
E-mail : [observatoire@lopcommerce.com](mailto:observatoire@lopcommerce.com) - [www.lopcommerce.com](http://www.lopcommerce.com)