

Osez
l'IA

Adoption de l'IA

Fiches pratiques à destination
des commerçants

Sommaire

Introduction	3
Cas d'usage n°1 Amélioration du support client	6
Cas d'usage n°2 Création de contenu	8
Cas d'usage n°3 Personnalisation des recommandations	10
Cas d'usage n°4 Optimisation de la gestion des stocks	12
Cas d'usage n°5 Optimisation de la tarification par l'IA	14
Cas d'usage n°6 Analyse et réponses automatisées aux avis clients	16
Cas d'usage n°7 Aide à la taille et essayage virtuel	18
Cas d'usage n°8 Génération automatisée de fiches produits et SEO	21

Introduction

L'intelligence artificielle (IA) regroupe un ensemble de technologies capables de simuler certaines fonctions humaines comme l'analyse, la prise de décision, l'apprentissage ou la génération de contenu. Contrairement à une simple automatisation fondée sur des règles fixes, l'IA peut traiter de grands volumes de données, repérer des schémas, ajuster ses réponses, voire évoluer avec le temps selon les retours qu'elle reçoit.

L'IA se décline concrètement pour les commerçants à travers notamment :

- des **systèmes de recommandation** de produits personnalisés selon les préférences ou comportements d'achat ;
- des **chatbots** capables de répondre aux questions des clients 24h/24 ;
- des outils de prévision de la demande ou de gestion des stocks ;
- des générateurs de **contenu marketing**, de descriptifs produits ou de visuels ;
- des systèmes de détection de fraude ou d'analyse de sentiment sur les réseaux sociaux.

Ces technologies, souvent intégrées dans des logiciels métier ou accessibles via des plateformes en ligne, permettent aux commerçants de **gagner en efficacité, d'améliorer l'expérience client** et de **prendre des décisions plus éclairées**. Mais leur utilisation soulève aussi des enjeux techniques, éthiques et surtout juridiques, qu'il est essentiel d'anticiper.

Cadre juridique¹

L'IA s'impose progressivement comme un levier d'innovation pour les commerçants. Elle permet d'optimiser les ventes, d'automatiser les échanges avec les clients, de personnaliser les recommandations ou encore de générer des contenus commerciaux. Ces nouveaux usages, accessibles via des solutions intégrées ou des outils en ligne, s'inscrivent dans une dynamique d'efficacité et de compétitivité. Toutefois, **leur mise en œuvre soulève d'importants enjeux juridiques**. Le recours à l'IA doit en effet s'effectuer dans le respect du droit en vigueur.

Les commerçants qui recourent à des outils d'IA doivent notamment veiller aux obligations suivantes :

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD), applicable dès que des données personnelles sont traitées par ou via une IA

Dès qu'un outil d'intelligence artificielle utilisé par un commerçant repose sur des données personnelles, le RGPD s'applique.

Cela concerne toutes les informations permettant d'identifier une personne, directement (nom, email, téléphone) ou indirectement (ID client, historique d'achat, comportement de navigation, localisation, etc.).

- Informer clairement les clients ;
- **Expliquer comment leurs données sont collectées**, traitées par l'IA, dans quel but, pendant combien de temps, et avec qui elles sont partagées.
- Définir une base légale.

Tout traitement de données à caractère personnel doit obligatoirement reposer sur **l'une des bases légales suivantes** :

Le consentement explicite

Le traitement repose sur l'accord libre, éclairé, spécifique et univoque de la personne concernée. Le consentement doit être recueilli par un acte positif clair.

L'exécution d'un contrat

Le traitement est nécessaire à l'exécution d'un contrat auquel la personne concernée est partie ou à l'exécution de mesures précontractuelles prises à sa demande.

Le respect d'une obligation légale

Le traitement est nécessaire pour respecter une obligation légale à laquelle le responsable du traitement est soumis.

La sauvegarde des intérêts vitaux

¹ Ces recommandations ne sont données qu'à titre illustratif, et ne sauraient garantir la conformité au règlement

Le traitement est nécessaire à la sauvegarde des intérêts vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne physique.

L'exécution d'une mission d'intérêt public ou relevant de l'exercice de l'autorité publique

Le traitement est nécessaire à l'exécution d'une mission effectuée dans l'intérêt public ou relevant de l'exercice de l'autorité publique dont est investi le responsable du traitement.

L'intérêt légitime du responsable du traitement

Le traitement est justifié par un intérêt légitime poursuivi par le responsable du traitement ou par un tiers, à condition que ne prévalent pas les droits et libertés fondamentaux de la personne concernée.

Respecter les droits des personnes

Les clients doivent pouvoir accéder à leurs données, les corriger, s'opposer à leur traitement, demander leur suppression ou leur portabilité. Vous devez leur offrir ces possibilités de façon simple et rapide.

Protéger les données

Il convient de mettre en place des mesures de sécurité adaptées : restriction des accès, chiffrement, sauvegardes, contrôle des prestataires, etc.

À retenir pour les commerçants

Si l'outil d'IA que vous utilisez traite des données personnelles, vous devez respecter le RGPD en vous appuyant sur 4 piliers essentiels : transparence, base légale, droits des personnes, sécurité.

Le règlement européen sur l'intelligence artificielle (IA Act)

Le règlement européen sur l'intelligence artificielle (IA Act), adopté en 2024, encadre l'usage des systèmes d'IA dans l'Union européenne. Il est fondé sur une approche par le risque et ne vient ainsi encadrer que les usages de l'IA susceptibles d'impacter négativement la sécurité, la santé et les droits fondamentaux des personnes :

- **Systèmes prohibés** : Il interdit purement et simplement certains usages jugés contraires aux valeurs démocratiques de l'Union ;
- **Systèmes à haut risque** : Il impose des règles techniques (robustesse, cybersécurité, qualité des données, etc...) et des obligations aux

fournisseurs de systèmes d'IA à haut risque tout au long du cycle de vie des systèmes ;

- **Transparence** : Il impose des règles de transparence aux fournisseurs et aux déployeurs de certains systèmes d'IA, et notamment en matière d'IA générative afin d'informer les personnes physiques ;
- **Systèmes à risque limité** : Il recommande l'adoption de codes de conduite pour les systèmes d'IA qui ne sont pas à haut risque, sur une base volontaire

À retenir pour les commerçants

- Si vous déployez une IA qui interagit avec un client (ex : agent conversationnel, outil de recommandation simple), vous devez notamment l'en informer clairement (cf. article 50) ;
- Si vous développez une IA à haut risque (ex : tri de CV), des obligations strictes s'appliquent : contrôle humain, documentation technique, etc. Une évaluation préalable de la conformité interne ou par un tiers selon les cas est à prévoir. Les déployeurs de tels systèmes sont également soumis à des règles spécifiques, et doivent par exemple informer les travailleurs et leurs représentants si le système est utilisé sur le lieu du travail (cf. article 5) ;
- Certaines pratiques sont prohibées, même dans un cadre contractuel (cf. article 5).

Le respect des règles du droit de la consommation et de la responsabilité contractuelle ou délictuelle

Même avec l'usage de l'IA, les commerçants restent naturellement soumis aux règles traditionnelles du droit de la consommation et aux principes de responsabilité contractuelle et délictuelle. Cela signifie qu'ils peuvent être tenus responsables des erreurs ou préjudices causés par un outil d'IA qu'ils utilisent.

Informations erronées ou trompeuses

Si un outil d'IA génère une fiche produit inexacte, un message commercial trompeur ou une mauvaise recommandation, **le commerçant reste responsable vis-à-vis du consommateur.**

→ Il doit s'assurer que les contenus fournis par l'IA sont **vérifiés, compréhensibles et loyaux.**

Respect des obligations légales envers le client :

L'IA ne dispense pas de respecter les règles habituelles : information précontractuelle, droit de rétractation, conformité du bien ou du service, garantie légale, etc.

Responsabilité en cas de dommage

En cas de préjudice causé par l'IA (ex. : erreur de tarification, mauvais conseil, traitement injuste), le commerçant peut être tenu **responsable contractuellement (vis-à-vis du client) ou au regard de la responsabilité délictuelle (s'il y a faute ou négligence)**.

L'usage de l'IA ne doit pas porter atteinte aux droits des consommateurs (information loyale, absence de pratiques trompeuses, sécurité des produits et services, etc.). En cas de contenu erroné généré automatiquement (fiches produits, conditions commerciales), ou d'erreur de l'IA, **le commerçant peut rester responsable vis-à-vis de ses clients**.

À retenir pour les commerçants

L'usage de l'IA n'exonère pas du respect du droit de la consommation ni des responsabilités contractuelle et délictuelle. Le commerçant reste responsable en cas d'informations trompeuses ou de dommages causés par l'IA (ex. : fiche produit erronée, mauvais conseil). Il doit donc vérifier les contenus générés, garantir une information claire et respecter toutes les obligations légales envers ses clients.

Cas d'usage n°1

Amélioration du support client

Qu'est-ce que l'amélioration du support client par l'IA ?

L'amélioration du support client par l'intelligence artificielle repose sur l'intégration d'outils automatisés capables de traiter, comprendre et répondre aux demandes clients en temps réel. Ces solutions incluent des chatbots, des agents virtuels, ou encore des systèmes de traitement du langage naturel (NLP) et d'analyse prédictive, s'appuyant sur des algorithmes d'apprentissage automatique.

Concrètement, ces technologies permettent de prendre en charge un volume élevé de requêtes simultanées, de catégoriser automatiquement les demandes, de proposer des réponses contextualisées, et même d'anticiper certains comportements clients à partir de données historiques (historique de navigation, interactions passées, habitudes d'achat...).

En complément, l'IA peut être utilisée pour rediriger efficacement les utilisateurs vers le bon interlocuteur ou vers une base de connaissances intelligente, réduisant ainsi les frictions dans le parcours client, en ligne comme en point de vente.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Exemples d'usage

- Réponse automatique aux questions des clients
- Suivi de commande sur le site ou via une messagerie

Obligations du commerçant

Informez clairement le client

Le client doit savoir qu'il échange avec une intelligence artificielle et non avec un humain.

Respecter le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)

- Ne collecter que les données strictement nécessaires (par exemple : nom, numéro de commande).
- Sécuriser les données transmises (ex. chiffrement, accès restreint).

- Informer le client de l'usage de ses données, de manière claire et accessible.
- Obtenir son consentement explicite si les données sont utilisées à d'autres fins que la gestion de sa demande (notamment marketing).

Vérifier la conformité du prestataire de chatbot

Le fournisseur de la solution IA doit lui-même respecter les règles de protection des données. Il est important de demander des garanties contractuelles (notamment sur l'hébergement, la sécurité, la sous-traitance).

À retenir : Même si le chatbot est fourni par un prestataire externe, le commerçant reste pleinement responsable de la manière dont les données personnelles sont collectées et utilisées. En cas de non-conformité, c'est l'entreprise utilisatrice qui engage sa responsabilité

Pourquoi améliorer le support client par l'IA ?

Répondre plus rapidement aux demandes et assurer une disponibilité continue

Grâce à des agents conversationnels ou à des réponses automatiques, l'IA traite instantanément les questions fréquentes et permet de désengorger les équipes humaines.

Assurer une disponibilité continue

L'IA permet un service client actif 24h/24 et 7j/7, ce qui améliore l'expérience client, notamment en ligne.

Réduire les erreurs et améliorer la qualité des réponses

Les outils IA apprennent en continu à partir des interactions passées, ce qui améliore progressivement la précision des réponses fournies.

Dégager du temps pour les équipes

En automatisant les tâches simples ou répétitives, l'IA permet aux équipes de se concentrer sur les demandes à forte valeur ajoutée, renforçant ainsi la qualité globale du service client.

Comment implémenter une solution d'amélioration du support client par l'IA ?

Identifier les cas d'usages prioritaires

Ciblez les tâches simples, fréquentes ou chronophages à automatiser : réponse aux questions récurrentes, orientation des clients, qualification des demandes ...

Choisir une solution adaptée

Optez pour un outil compatible avec vos canaux (sites web, réseaux sociaux, messagerie) et vos outils existants (CRM, plateforme e-commerce...).

Structurer vos données

Centralisez les données utiles (FAQ, historique client, interactions) pour configurer efficacement la solution et améliorer la pertinence des réponses.

Connecter l'IA à vos canaux de contact

Intégrez l'outil choisi à vos points client pour offrir une assistance cohérente, continue et multicanale.

Suivre et ajuster en continu

Analysez les performances (taux de résolution, satisfaction client ...) et ajustez les scénarios de réponse pour gagner en efficacité.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Amélioration de la satisfaction client

Un support client plus réactif et disponible 24h/24 renforce la qualité de l'expérience client, diminue la frustration et augmente le taux de satisfaction.

Réduction des délais de traitement

Les demandes simples ou fréquentes sont résolues instantanément, ce qui réduit le temps d'attente moyen et accélère la résolution des problèmes.

Optimisation des ressources humaines

Les équipes support peuvent se concentrer sur les cas complexes à forte valeur ajoutée, grâce à la prise en charge automatique des demandes récurrentes. Cela se traduit souvent par une meilleure efficacité opérationnelle.

Fidélisation accrue

Un client bien accompagné est un client qui revient. Un support fluide et personnalisé contribue à instaurer une relation de confiance et à renforcer la fidélité, en particulier dans les environnements e-commerce très concurrentiels.

Réduction des coûts de support

En automatisant une part importante des interactions, les e-commerçants peuvent réduire significativement les coûts liés au service client, tout en maintenant (ou en améliorant) la qualité de service

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt « Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Cas d'usage n°2 Création de contenu

Qu'est-ce que la création de contenu par IA ?

La création de contenu par IA est le fait de produire rapidement des textes, images, vidéos ou publications pour son activité, sans forcément faire appel à un prestataire ou à une agence.

- L'IA s'appuie sur des modèles génératifs entraînés sur de grandes bases de textes, images ou vidéos pour comprendre votre besoin et générer des contenus personnalisés.
- Les outils d'IA générative permettent de créer des visuels adaptés à vos couleurs et à votre identité, sans graphiste.
- L'IA peut aussi se connecter à votre catalogue produit pour générer des fiches ou des campagnes automatiquement.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Exemples d'usage

Génération de descriptions produits, d'articles, d'images ou de visuels.

Obligations du commerçant

- Respecter le droit d'auteur : les contenus générés ne doivent pas copier ou réutiliser des œuvres existantes sans autorisation. Vérifiez que l'outil utilisé ne produit pas de plagiat.
- Assurer la véracité des informations : vous restez responsable des contenus publiés sur vos supports (site web, newsletters, réseaux sociaux).
- Respecter le RGPD si les contenus sont personnalisés à partir de données clients : cela implique une base légale, une information claire, et le recueil du consentement si nécessaire.

À savoir

Les outils d'IA générative peuvent produire des contenus inexacts, stéréotypés ou erronés. Un contrôle humain reste indispensable avant publication.

Pourquoi la création de contenu par IA peut-elle être utile pour mon commerce ?

- Publier plus souvent, sans y passer des heures ;
- Attirer plus de clients en ligne grâce à des contenus engageants et réguliers ;
- Présenter vos produits/services de manière professionnelle, sans équipe marketing ;
- Créer facilement des visuels attractifs.

Comment implémenter une solution de création de contenu par IA ?

Définir vos objectifs

Identifiez les types de contenus que vous souhaitez produire régulièrement.

Choisir des outils adaptés à votre activité

Privilégiez des solutions simples à utiliser, capables de générer du texte ou des visuels à partir de consignes claires. Certains outils sont intégrés dans des logiciels de bureautique ou de gestion de site, d'autres sont accessibles en ligne sans installation.

Structurer votre ligne éditoriale

Déterminez : le ton à adopter, les thèmes, la fréquence de publication.

Préparer des modèles de contenu

Créez des exemples types (ex : fiche produit standard, modèle de post promotionnel, message d'accueil pour newsletter) que l'IA pourra compléter ou adapter selon vos besoins.

Contrôler et ajuster les contenus générés

Vérifiez toujours les contenus proposés par l'IA.

Organiser vos publications

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Les gains concrets à court et moyen terme sont importants :

- Gain de temps
- Communication plus régulière et cohérente
- Amélioration de la visibilité en ligne
- Hausse des ventes et du taux de conversion

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt « Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Cas d'usage n°3

Personnalisation des recommandations

Qu'est-ce que la personnalisation des recommandations par IA ?

La personnalisation des recommandations par IA désigne un procédé automatisé qui permet de proposer à chaque client des produits, services ou contenus correspondant à ses goûts, besoins ou comportements, grâce à l'analyse de ses données

L'IA utilise des algorithmes d'analyse avancés pour examiner en temps réel le comportement d'achat, les préférences, les interactions, et l'historique de navigation des clients.

Ces données sont ensuite comparées à d'autres clients ou croisées avec des critères spécifiques afin d'afficher des recommandations personnalisées et pertinentes.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Exemples d'usage

Suggestions de produits similaires, recommandations personnalisées, offres ciblées.

Obligations du commerçant

- Informer clairement le client qu'il fait l'objet d'une personnalisation automatisée (profilage).
- Encadrer légalement le traitement :
 - Avec le consentement explicite du client pour les messages personnalisés (ex. email marketing),
 - Ou sur la base de l'intérêt légitime pour des recommandations basées sur le comportement de navigation.
- Éviter toute manipulation : ne pas créer artificiellement un sentiment d'urgence ou tromper le consommateur (ex. faux compte à rebours).

À savoir

Les systèmes de recommandation peuvent fortement influencer les décisions d'achat. Une utilisation transparente et mesurée est indispensable.

Pourquoi personnaliser les recommandations avec l'IA peut être utile pour mon commerce ?

L'IA permet de retenir l'attention de vos clients, de réduire la surcharge de choix, de créer une relation client individualisée et de vous différencier de vos concurrents.

Comment implémenter une solution de recommandations IA ?

Centraliser et structurer les données clients

La qualité des recommandations repose directement sur la qualité des données que vous fournissez à l'IA

Intégrer la solution IA à vos outils existants

Une fois les données organisées, la solution IA doit être connectée à l'ensemble de votre environnement commercial

Suivre les performances et ajuster en continu

L'efficacité d'une solution IA repose sur un suivi régulier et une adaptation progressive :

- (i) **Analyser les indicateurs de performance** (panier moyen, taux de clics, taux de conversion, fidélisation) ;
- (ii) **Ajuster les réglages** de la solution en fonction des comportements observés, des retours clients et des tendances de votre secteur ;
- (iii) **Optimiser continuellement** les paramètres pour garantir que les recommandations restent pertinentes, personnalisées et respectueuses de l'expérience client.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Augmentation du panier moyen

Les recommandations personnalisées incitent les clients à découvrir des produits complémentaires ou mieux adaptés à leurs besoins.

Renforcement de la fidélisation client

En recevant des suggestions pertinentes et adaptées à leurs attentes, l'expérience client est améliorée. Résultat : une relation client plus durable et une meilleure fidélité au point de vente ou à la boutique en ligne.

Amélioration du taux de conversion

Chaque visiteur est exposé à des produits qui correspondent réellement à ses goûts et à ses besoins. Cela augmente la probabilité d'achat, ce qui se traduit par un taux de conversion plus élevé — autrement dit, chaque visite devient plus rentable.

Optimisation des campagnes marketing

L'IA permet de mieux cibler les clients en fonction de leurs comportements et préférences. Les publicités, promotions ou relances sont donc plus pertinentes, ce qui limite le gaspillage de budget marketing et améliore l'efficacité des campagnes.

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt

« Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Cas d'usage n°4

Optimisation de la gestion des stocks

Qu'est-ce que l'optimisation de la gestion des stocks par IA ?

L'optimisation de la gestion des stocks par IA repose sur des modèles prédictifs, capables d'anticiper et de prévoir la demande future, d'automatiser les décisions d'approvisionnement, et de réduire les inefficacités dans la chaîne logistique.

Techniquement, cela s'appuie sur :

- Des algorithmes de machine learning (apprentissage automatique) qui analysent l'historique des ventes, les pics saisonniers, les tendances de consommation ou les campagnes promotionnelles ;
- Des modèles de séries temporelles pour anticiper l'évolution des ventes ;
- Des systèmes de recommandation d'achats automatisés prenant en compte les délais fournisseurs, les coûts de stockage, et les niveaux de sécurité nécessaires selon la volatilité du marché ;
- Parfois, une intégration avec les capteurs IoT ou des solutions de vision par ordinateur (pour les inventaires automatisés en magasin ou entrepôt).

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Exemples d'usage

Prévision des ruptures, automatisation des réassorts, optimisation des niveaux de stock ...

Obligations du commerçant

- **Sécuriser les données utilisées** : historiques de ventes, données de commandes, voire données clients si intégrées dans les modèles.
- **Vérifier la fiabilité des prédictions** : des erreurs de calcul peuvent générer du sous-stock ou du surstock.
- **Informers les équipes** si les systèmes IA modifient les processus internes (ex. approvisionnement, planning).

À savoir

Même si l'IA vous formule des recommandations

Pourquoi l'optimisation de la gestion de stock par IA peut être utile pour mon commerce ?

- Éviter les ruptures de stock, qui font perdre des ventes et dégradent l'expérience client
- Réduire les surstocks, qui immobilisent la trésorerie et encombrant l'espace de stockage
- Mieux anticiper la demande, notamment lors d'événements saisonniers ou de pics imprévus
- Gain de temps, en automatisant les tâches de prévision et de réapprovisionnement
- Améliorer la rentabilité, grâce à une meilleure rotation des stocks et une gestion plus fine des marges

Comment implémenter une solution d'optimisation de gestion des stocks par IA ?

→ **Évaluer vos besoins** : taille de l'inventaire, fréquence des ventes etc...

→ **Choisir un outil adapté** : logiciels spécialisés, ou modules IA intégrés dans certains ERP ou logiciels de caisse

→ Connecter vos données

→ Former votre équipe

→ **Suivre les performances** : indicateurs à surveiller (taux de rupture, rotation des stocks, gains financiers)

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

- Réduction des stocks excédentaires ;
- Une baisse des ruptures de stock ;
- Un meilleur pilotage des achats, basé sur des données prédictives fiables ;
- Une augmentation du chiffre d'affaires grâce à une disponibilité optimisée des produits ;
- Moins de stress et de temps perdu dans la gestion manuelle des niveaux de stock.

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt

« Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »

OKULAR
logistics

Lauréat LogTech 2025

pricingHUB
Dynamic Pricing Solutions

 **smartway**

 **retail reload**
Next Level RFID Inventory Management Solution
Les orfèvres du tracking unitaire intégral

Cas d'usage n°5

Optimisation de la tarification par l'IA

Qu'est-ce que l'optimisation de la tarification par l'IA ?

C'est le passage d'une tarification « statique » (un prix fixe pour toute une saison) à une tarification « dynamique et intelligente ». L'IA ne se contente pas de regarder les coûts de revient ; elle analyse en temps réel une montagne de données que le cerveau humain ne peut pas traiter seul :

- **Données internes** : état des stocks, historique des ventes heure par heure, performance des anciennes promotions.
- **Données externes** : prix pratiqués par les concurrents directs, météo (qui influence l'achat de vêtements ou de produits frais), calendrier (vacances, événements locaux) et même l'inflation des matières premières.

L'objectif est de trouver le « juste prix » : celui que le client est prêt à payer à un instant T, tout en protégeant votre marge.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Respect des règles relatives aux promotions

Conformément à l'article L.112-1-1 du Code de la consommation : toute annonce de réduction de prix doit se référer au prix le plus bas pratiqué au cours des 30 jours précédents. En pratique, l'algorithme doit historiser les prix et intégrer automatiquement cette contrainte.

Interdiction de la discrimination entre consommateurs.

La personnalisation des prix via IA est très encadrée et ne peut conduire à des discriminations fondées sur des critères sensibles (capacité de discernement, sexe ...)

Transparence des pratiques de tarification dynamique

Le consommateur doit être informé lorsque le prix est personnalisé ou influencé par un algorithme.

Pourquoi améliorer la tarification par l'IA ?

Maximiser la marge brute : augmenter légèrement le prix sur les produits à forte demande et faible sensibilité au prix.

Écouler les stocks intelligemment : au lieu de proposer des remises massives (jusqu'à -70%) en fin de saison, l'IA suggère des baisses progressives (ex: -15%, puis -22%) pour vider les stocks tout en préservant des profits.

Réagir à la concurrence : ne plus être le plus cher du quartier par accident parce qu'un concurrent a baissé ses prix le matin même.

Il faut prendre des décisions basées sur des analyses statistiques plutôt que sur une intuition parfois trompeuse !

Comment implémenter une solution de tarification par l'IA ?

Nettoyer les données : l'intelligence artificielle ne déploie pleinement son potentiel que lorsqu'elle est alimentée par des données structurées, fiables et de qualité. Assurez-vous que vos fichiers produits et vos historiques de ventes sont à jour.

Segmenter : Il est idéal de commencer par les familles de produits où le prix varie fréquemment (ex: denrées périssables, mode, high-tech).

Définir des règles métiers : c'est vous qui fixez les limites. Par exemple : « *Ne jamais descendre en dessous de 10% de marge* » ou « *Ne jamais être plus cher que mon concurrent principal de plus de 5%* »

Intégration technique : connecter l'outil d'IA à votre logiciel de caisse ou votre site e-commerce pour que les changements de prix soient fluides.

Test A/B : appliquez les prix IA sur un groupe de produits et gardez vos prix habituels sur un autre pour comparer réellement les gains.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Gain de rentabilité

Une hausse moyenne de 3 à 7% du chiffre d'affaires global

Gain de temps

Il n'est désormais plus nécessaire de consacrer de longues heures à l'élaboration de tableaux Excel pour calculer les remises appliquées lors des périodes de soldes.

Trésorerie saine

Moins d'argent « dormant » dans des stocks qui ne se vendent pas

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt

« Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Cas d'usage n°6

Analyse et réponses automatisées aux avis clients

Qu'est-ce que l'analyse des avis clients par l'IA ?

C'est un outil qui agit comme un analyste et un « écrivain public ».

Pourquoi analyser les avis clients par l'IA ?

Améliorer l'e-réputation : un commerçant qui répond à 100% de ses avis (positifs et négatifs) est mieux classé par les algorithmes.

Détecter les signaux faibles : identifier de manière anticipée un dysfonctionnement technique ou organisationnel afin d'en prévenir l'escalade en situation de crise.

Fidéliser : un client insatisfait bénéficiant d'une réponse rapide et empreinte d'empathie présente environ 70% de probabilité de renouveler son achat.

Comment implémenter une solution d'analyse des avis ?

Centraliser : regrouper tous les flux (Google Business Profile, Facebook, TripAdvisor ...) sur une seule interface.

Personnaliser le « Tone of Voice » : Il faut indiquer à l'IA si vous voulez tutoyer/vouvoyer, être très formel ou plutôt décontracté.

Créer d'une bibliothèque de contextes : Donner à l'IA les infos clés (ex : « Si on parle de livraison, précisez que nous changeons de transporteur le mois prochain »).

Mettre en place un système de « clic pour valider ». L'IA propose, vous relisez et envoyez.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Amélioration de la note moyenne : souvent une hausse de 0,5 à 1 étoile sur un an grâce à la réactivité.

Meilleur SEO Local : une meilleure visibilité dans les résultats de recherche.

Hausse du moral des équipes : les critiques constructives en plan d'action positif pour les employés.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Cadre juridique et vigilance dans l'usage de l'IA

L'analyse et la réponse automatisée aux avis clients constituent un traitement de données et une pratique commerciale pleinement soumise au droit de la consommation et au RGPD.

Dans certains cas, les outils d'analyse d'avis reposent sur des techniques permettant d'inférer des émotions ou des appréciations à partir du contenu textuel. Lorsque ces systèmes permettent de détecter ou d'inférer des états émotionnels, ils peuvent relever des obligations de transparence prévues à l'article 50 du Règlement sur l'IA. **Les personnes concernées doivent alors être informées de manière claire qu'elles interagissent avec un système d'IA ou que leurs contenus font l'objet d'une analyse automatisée.**

Loyauté et authenticité des avis

Il est strictement interdit de générer, publier ou faire publier de faux avis positifs, y compris par le biais d'un outil d'intelligence artificielle. De telles pratiques peuvent être qualifiées de pratiques commerciales trompeuses au sens du Code de la consommation.

De même, il est interdit de présenter comme authentiques des avis sans avoir mis en place des vérifications raisonnables.

L'usage d'un outil d'IA ne saurait en aucun cas contourner ces exigences : la génération automatisée de contenus se présentant comme des avis authentiques ou l'amplification artificielle de commentaires positifs constituerait une infraction, indépendamment du procédé technique utilisé.

Transparence sur le traitement des avis

Le professionnel doit informer les consommateurs des modalités de collecte, de modération et de publication des avis. Si un outil automatisé intervient dans l'analyse ou la rédaction des réponses, il est recommandé d'en prévoir la mention dans les

conditions générales ou la politique de gestion des avis, au titre de la transparence.

Il est également nécessaire d'indiquer explicitement que les avis peuvent faire l'objet d'une analyse automatisée visant à améliorer la qualité du service client ou à détecter des problématiques récurrentes. Cette information peut figurer dans la politique de gestion des avis, les mentions d'information RGPD ou les conditions générales d'utilisation du service.

Lorsque les réponses aux avis sont générées ou assistées par un système d'IA, il est recommandé que le commerçant conserve un mécanisme de validation ou de supervision humaine avant publication afin de garantir la fiabilité et la loyauté des réponses apportées.

Protection des données personnelles

Les avis comportent généralement des données à caractère personnel (nom, pseudonyme, contexte d'achat). Leur analyse automatisée et la génération de réponses personnalisées constituent un traitement soumis au RGPD.

Le commerçant doit : identifier une base légale (souvent l'intérêt légitime), informer les clients de

ce traitement, limiter les données transmises à l'outil, éviter toute intégration de données sensibles (santé, opinions, etc.) et encadrer contractuellement tout prestataire d'IA en tant que sous-traitant.

Maîtrise du contenu généré

Les réponses publiées engagent pleinement la responsabilité du professionnel. Une IA ne doit ni exagérer, ni promettre des gestes commerciaux non validés, ni fournir d'informations inexacts. Toute promesse (remboursement, échange, délai) doit être tenue.

La mise en place d'un mécanisme de validation humaine avant publication est fortement recommandée afin de conserver la maîtrise éditoriale et juridique des réponses.

Usage proportionné et éthique

L'outil ne doit pas conduire à discriminer certains clients ou à prioriser les avis selon des critères opaques ou injustifiés.

Lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt

« Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Cas d'usage n°7

Aide à la taille et essayage virtuel

Qu'est-ce que l'aide à l'essayage par l'IA ?

L'aide à l'essayage par l'IA est une solution technologique qui lève le premier frein de l'achat de mode en ligne : l'incertitude. Elle remplace le traditionnel « guide des tailles » statique par une expérience interactive et personnalisée.

On distingue trois niveaux de maturité :

1. **Le recommandeur de taille intelligent** : l'algorithme croise les données morphologiques du client (poids, taille, forme de poitrine/ventre) avec les mesures précises du vêtement et les historiques de retours.
2. **La cabine virtuelle sur mannequin** : Le client choisit un mannequin dont la morphologie est proche de la sienne pour voir comment le vêtement tombe, comment les couleurs s'associent et comment les matières se comportent.
3. **L'essayage en réalité augmentée** : l'IA utilise la caméra du smartphone ou une photo pour « plaquer » numérique le vêtement sur le corps de l'utilisateur.

Pourquoi utiliser l'aide à l'essayage par l'IA ?

Réduire le taux de retour : dans l'e-commerce de mode, le taux de retour avoisine souvent les 30%. Plus de la moitié de ces retours sont dus à un problème de taille ou de coupe. L'IA peut réduire ce volume de 20 à 40%.

Augmenter les taux de conversion : Un utilisateur qui interagit avec un outil de recommandation de taille a une probabilité d'achat bien plus élevée.

Limiter le « Bracket Shopping » : Cette pratique consiste pour un client à acheter le même article en trois tailles différentes pour les essayer chez lui et en renvoyer deux..

Comment implémenter une solution d'essayer virtuel ?

Collecte des données techniques : Fournir à la solution d'IA les tableaux de mesure et, si possible, les données de vos précédents retours clients.

Intégrer la solution : Ces solutions s'intègrent généralement via un « plugin » sur les plateformes classiques (Shopify, PrestaShop, Magento...). Le bouton « trouver ma taille » apparaît alors automatiquement sur chaque fiche produit.

L'IA a besoin de quelques semaines pour s'affiner. Plus elle enregistre de ventes et de non-retours, plus ses prédictions deviennent infaillibles.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Économies logistiques majeures : chaque retour évité économise entre 5 et 15 € (transport, remise en sac, immobilisation du stock).

Hausse du panier moyen : le client n'hésite plus à acheter des pièces plus coûteuses.

Fidélité accrue : un client qui reçoit un vêtement parfaitement ajusté dès la première commande développe une confiance forte envers l'enseigne.

Réduction de l'empreinte carbone : moins de camions sur les routes pour les retours, un argument de plus en plus valorisé par les consommateurs.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

L'aide à la taille et l'essayage virtuel influencent directement la décision d'achat et reposent sur la collecte d'informations concernant l'utilisateur. Leur déploiement doit donc être encadré avec clarté.

Données personnelles

Les informations demandées (taille, poids, mensurations, âge) ainsi que, le cas échéant, une photo ou l'accès à la caméra, sont des données personnelles. Concrètement, le commerçant doit :

- expliquer clairement pourquoi ces données sont collectées (ex. recommander la bonne taille) ;

- ne demander que les informations réellement nécessaires ;
- permettre à l'utilisateur de supprimer son profil ou ses données à tout moment ;
- sécuriser l'accès à ces données ;
- encadrer contractuellement le prestataire technique qui fournit la solution.

Si l'outil utilise une photo ou la caméra, il faut être particulièrement vigilant à ce qu'aucune reconnaissance biométrique ne soit mise en œuvre sans cadre juridique approprié.

Certaines solutions d'essayage virtuel reposent sur l'analyse d'images ou de vidéos du corps de l'utilisateur afin d'estimer sa morphologie ou ses mensurations. Ces traitements peuvent impliquer l'utilisation de données biométriques au sens du RGPD lorsqu'ils permettent de caractériser les traits physiques d'une personne. Même lorsque l'identification biométrique n'est pas recherchée, ces traitements doivent faire l'objet d'une vigilance particulière au regard des principes de minimisation des données, de sécurité et de limitation des finalités.

Il est recommandé, lorsque cela est possible, de privilégier des solutions techniques qui réalisent l'analyse directement sur l'appareil de l'utilisateur ou qui ne conservent pas les images transmises au-delà du temps strictement nécessaire au fonctionnement du service.

Transparence et loyauté

La recommandation de taille doit être présentée comme indicative. Elle ne constitue pas une

garantie contractuelle. Toute promesse excessive sur la fiabilité du système pourrait être qualifiée de pratique trompeuse.

Lorsque l'essayage virtuel repose sur l'analyse d'images ou de données morphologiques, il est nécessaire d'informer clairement l'utilisateur du fonctionnement général du système (type de données analysées, finalité de la recommandation, caractère indicatif du résultat).

Équité et responsabilité

L'outil ne doit pas exclure certains profils ou générer des recommandations biaisées. Enfin, l'utilisation de l'IA ne modifie pas les obligations classiques du commerçant (information précontractuelle, droit de rétractation, garanties légales) : la responsabilité demeure la sienne.

En pratique, l'essayage virtuel est un outil d'aide à la décision ; il doit rester proportionné, transparent et sous contrôle du professionnel.

Au regard du règlement IA, il convient également d'être vigilant si les solutions d'essayage virtuel s'approchent de mécanismes de catégorisation biométrique, qui sont encadrées par le règlement IA et font l'objet de strictes exigences de conformité.

Dans tous les cas, les solutions d'essayage virtuel n'ont pas a priori à être conçues de manière à permettre l'identification biométrique des personnes.

En particulier, les outils reposant sur l'analyse d'images du corps ou du visage doivent se limiter à une estimation morphologique ou dimensionnelle nécessaire à la recommandation de taille.

Lauréat de l'appel à manifestation d'intérêt « Outils d'intelligence artificielle pour les entreprises du commerce »



Pourquoi personnaliser les recommandations avec l'IA peut être utile pour mon commerce ?

- Retenir l'attention de vos clients. L'IA permet de proposer à chaque client.
- Réduire la surcharge de choix.
- Créer une relation client individualisée.
- Se différencier des concurrents.

Comment implémenter une solution de recommandations IA ?

Centraliser et structurer les données clients

La qualité des recommandations repose directement sur la qualité des données que vous fournissez à l'IA.

Intégrer la solution IA à vos outils existants

Une fois les données organisées, la solution IA doit être connectée à l'ensemble de votre environnement commercial.

Suivre les performances et ajuster en continu

L'efficacité d'une solution IA repose sur un suivi régulier et une adaptation progressive :

- (iv) **Analyser les indicateurs de performance** (panier moyen, taux de clics, taux de conversion, fidélisation) ;
- (v) **Ajuster les réglages** de la solution en fonction des comportements observés, des retours clients et des tendances de votre secteur ;
- (vi) **Optimiser continuellement** les paramètres pour garantir que les recommandations restent pertinentes, personnalisées et respectueuses de l'expérience client.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Augmentation du panier moyen : les recommandations personnalisées incitent les clients à découvrir des produits complémentaires ou mieux adaptés à leurs besoins.

Renforcement de la fidélisation client : en recevant des suggestions pertinentes et adaptées à leurs attentes, l'expérience client est améliorée. Résultat : une relation client plus durable et une meilleure fidélité au point de vente ou à la boutique en ligne.

Amélioration du taux de conversion : chaque visiteur est exposé à des produits qui correspondent réellement à ses goûts et à ses besoins. Cela augmente la probabilité d'achat, ce qui se traduit par un taux de conversion plus élevé — autrement dit, chaque visite devient plus rentable.

Optimisation des campagnes marketing : l'IA permet de mieux cibler les clients en fonction de leurs comportements et préférences. Les publicités, promotions ou relances sont donc plus pertinentes, ce qui limite le gaspillage de budget marketing et améliore l'efficacité des campagnes

Cas d'usage n°8

Génération automatisée de fiches produits et SEO

Qu'est-ce que la SEO ?

La SEO (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, désigne l'ensemble des techniques permettant d'améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche.

Pour un commerçant en ligne, la SEO vise notamment à :

- apparaître dans les premiers résultats lors d'une recherche produit ;
- attirer un trafic susceptible d'effectuer un achat sans publicité payante ;
- augmenter le taux de clic et les ventes.

Pour les e-commerçants, les fiches produits jouent un rôle central dans le SEO car elles constituent la majorité des pages indexées par les moteurs de recherche. Des descriptions uniques, pertinentes et bien structurées améliorent la compréhension du produit par les moteurs et l'expérience utilisateur.

BONNES PRATIQUES JURIDIQUES

Transparence et exactitude : vous devez vérifier la véracité des informations avancées, les descriptions trompeuses sont des pratiques commerciales interdites

Responsabilité : vous êtes responsables de tous les contenus que vous publiez, même s'ils ont été générés par IA !

Protection des données : restez vigilants sur les données que vous utilisez, en particulier si elles reposent sur des données personnelles de clients. Dans ce cas, il doit systématiquement être informé.

Pourquoi utiliser l'IA pour générer des fiches produits ?

L'IA permet de générer rapidement et efficacement un nombre important de fiches produits, réduisant le temps alloué à ces tâches chronophages et répétitives. Vos équipes gagnent donc du temps qui peut être utilisé à d'autres activités plus gratifiantes et à plus forte valeur ajoutée, améliorant donc la productivité globale !

Au-delà de la quantité, l'IA peut générer des fiches produits structurées et standardisées, particulièrement adaptées au référencement par les moteurs de recherche et aux plateformes. Elle peut traduire les mots clés et les informations que vous lui transmettez en un format lisible et compréhensible par les algorithmes utilisés pour le référencement.

Comment implémenter une solution IA de génération de fiches produits améliorant la SEO ?

Identifier vos besoins : quel est le volume de produits à traiter ? quels sont vos objectifs SEO en matière de trafic sur votre site ou de visibilité de vos produits sur des plateformes ou des moteurs de recherche ?

Structurer les données produits : afin que la solution IA soit la plus efficace possible, elle doit se nourrir de données bien structurées : nom du produit, caractéristiques techniques, avantages clients, cibles d'usage, photo du produit...

Paramétrer la solution IA selon les besoins identifiés : description courte ou longue, public ciblé...

Implémenter un système de validation humaine : l'humain doit toujours avoir le dernier mot ! Vérifiez systématiquement les rendus générés par l'IA.

Quels sont les résultats pour les commerçants ?

Une meilleure performance commerciale : une plus grande visibilité dans les moteurs de recherche, une augmentation du trafic et une amélioration du taux de conversion grâce à des contenus plus clairs.

Des gains opérationnels pour vos équipes : réduction du temps de rédaction des fiches produits, qui peut être consacré à d'autres tâches.

