

Osez
l'IA

Adoption de l'IA

Fiches pratiques à destination
des commerçants

Sommaire

Introduction	4
Cas d'usage n°1 Amélioration du support client.....	7
Cas d'usage n°2 Création de contenu.....	9
Cas d'usage n°3 Personnalisation des recommandations	11
Cas d'usage n°4 Optimisation de la gestion des stocks.....	13

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.

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 ayant recours à des outils d'IA pour les commerçants qui souhaitent utiliser des

outils d'IA, en particulier dans les domaines suivants :

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.).

- **Informez clairement les clients ;**
- **Expliquez 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.

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

La sauvegarde des intérêts vitaux

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 offrir ces possibilités de façon simple et rapide.

Protéger les données

Mettez 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 haut risque, sur une base volontaire.

À retenir pour les commerçants

- Si vous déployez une IA qui interagit avec un client (e.g. 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 ou suivi de commande sur site et/ou application.

Obligations du commerçant

Informers 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.
- 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 créer de contenu par IA 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 ou 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 et 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 ?

- 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 :

- Analyser les indicateurs de performance** (panier moyen, taux de clics, taux de conversion, fidélisation) ;
- Ajuster les réglages** de la solution en fonction des comportements observés, des retours clients et des tendances de votre secteur ;
- 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 de 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 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 ou données clients.
- **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 fait des suggestions, vous restez responsable des décisions opérationnelles.

Pourquoi l'optimisation de 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
- Gagner du 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.
- Baisse des ruptures de stock.
- Meilleur pilotage des achats, basé sur des données prédictives fiables.
- 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 »



Lauréat LogTech 2025



