



ÉTUDE

## Du digital au digital cognitif

Impact du déploiement de l'intelligence artificielle dans le commerce

Afin d'accompagner les mutations économiques, 13 branches de l'Opcommerce ont signé un Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences (EDEC) avec le Ministère du Travail sur l'impact du numérique dans le commerce et la distribution. Cette étude de l'EDEC concerne l'impact du digital cognitif sur les métiers et les compétences.

Le digital cognitif, ou intelligence artificielle (IA), fait régulièrement la une des médias et des débats publics, non sans véhiculer de fausses idées. Des secteurs comme la banque, l'assurance, la santé, l'automobile, l'agriculture, la défense... ont fait l'objet d'études sectorielles plus ou moins approfondies quant à l'impact de l'IA, alors que le commerce et la distribution, un secteur essentiel et intégrateur, était resté jusque là absent des études d'impact.

### Cette étude vise à :

- Définir et mesurer l'impact de l'IA sur l'ensemble des métiers et des compétences à court et moyen terme, de la relation client aux fonctions support.
- Définir et mesurer l'impact de l'IA au niveau organisationnel.
- Identifier et analyser les actions d'ores et déjà mises en œuvre ou en cours d'expérimentation pour s'adapter à ce nouveau paradigme afin de capitaliser sur les bonnes pratiques.

Il s'agit d'une étude qualitative et prospective menée sur le terrain et avec le concours d'observateurs du secteur.

### LES 9 BRANCHES DU COMMERCE COMMANDITAIRES DE L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE POUR CETTE ÉTUDE

- 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

### CHIFFRES CLÉS



**9 branches**

participantes



**920 000**

salariés



**45 000**

entreprises



**193**

métiers types



**+50**

cas d'usage identifiés dans les entreprises du secteur

# QUALIFIER L'USAGE DE L'IA

## Qu'est ce que le digital cognitif (ou IA) ?

Une **technologie informatique capable de réaliser des tâches cognitives auparavant effectuées par l'homme** (d'après définition du Journal Officiel du 09/12/2018).

C'est-à-dire ce sont des outils informatiques capables de réaliser des fonctions ou actions suivantes :

Fonctions cognitives	Actions cognitives
<ul style="list-style-type: none"> <li>Perception, reconnaissance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>J'entends, je lis, je détecte, j'identifie...</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Représentation des connaissances, compréhension, apprentissage, mémoire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je comprends, j'apprends, j'applique, je contrôle...</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Raisonnement, résolution de problèmes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je diagnostique, je conseille, je réfléchis (imprévu), je prévois, je décide...</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Langage naturel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>J'échange, j'écris, je parle...</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Planification, exécution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je fais, je saisis...</li> </ul>

## Pourquoi le commerce est-il concerné ?

> L'IA se développe du fait de plusieurs facteurs :

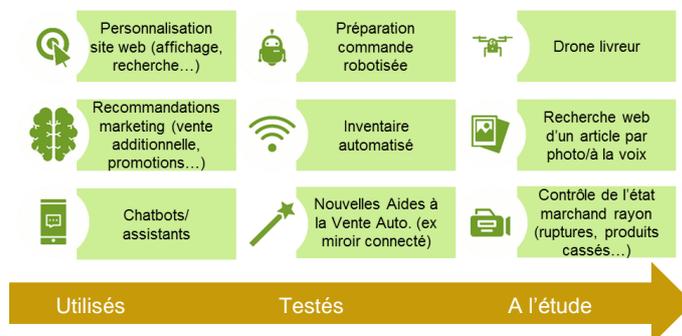
- L'augmentation de la puissance de calcul des ordinateurs.
- La massification des données disponibles (internet, réseaux sociaux, objets connectés...).
- Les avancées dans la compréhension du fonctionnement du cerveau et des actions cognitives.

> **Or, le commerce est un secteur informatisé depuis des décennies. C'est aussi un secteur générateur de données,** avec des grandes et des petites entreprises, sur des activités très diverses.

> Dans le commerce, l'IA peut être utilisée pour :

- Développer le chiffre d'affaires et optimiser les marges.
- Améliorer l'expérience client.

## Les applications majeures par maturité



## Constat : il n'y a pas une seule recette !

Toutes les branches sont concernées, et pas que sur la dimension du e-commerce. L'IA a toute sa place dans les magasins physiques. Mais le **digital cognitif n'est qu'une réponse à un besoin métier donné.**

Pour la même problématique, par exemple la réalisation des inventaires, deux enseignes peuvent avoir des approches différentes :

- approche étiquettes à puce RFID,
- approche « caméra intelligente »,
- ...ou une combinaison des deux !

Toutefois, attention au risque de « **fracture digitale cognitive** » : ces technologies sont efficaces mais coûteuses, et il faut déjà avoir atteint un certain degré de digitalisation pour les exploiter.

## Les tendances à suivre

> Tous les domaines de l'IA seront mobilisés, et notamment les fonctions cognitives « perception » et « exécution ».

> Des applications plus complexes vont se développer, en combinant robotique et caméras intelligentes (vision et exécution), ou des bases de connaissance, ou la voix...

> Un recours croissant à des plateformes, notamment pour les entreprises plus petites, et donc un recours au digital cognitif intermédié par des grands acteurs du digital.

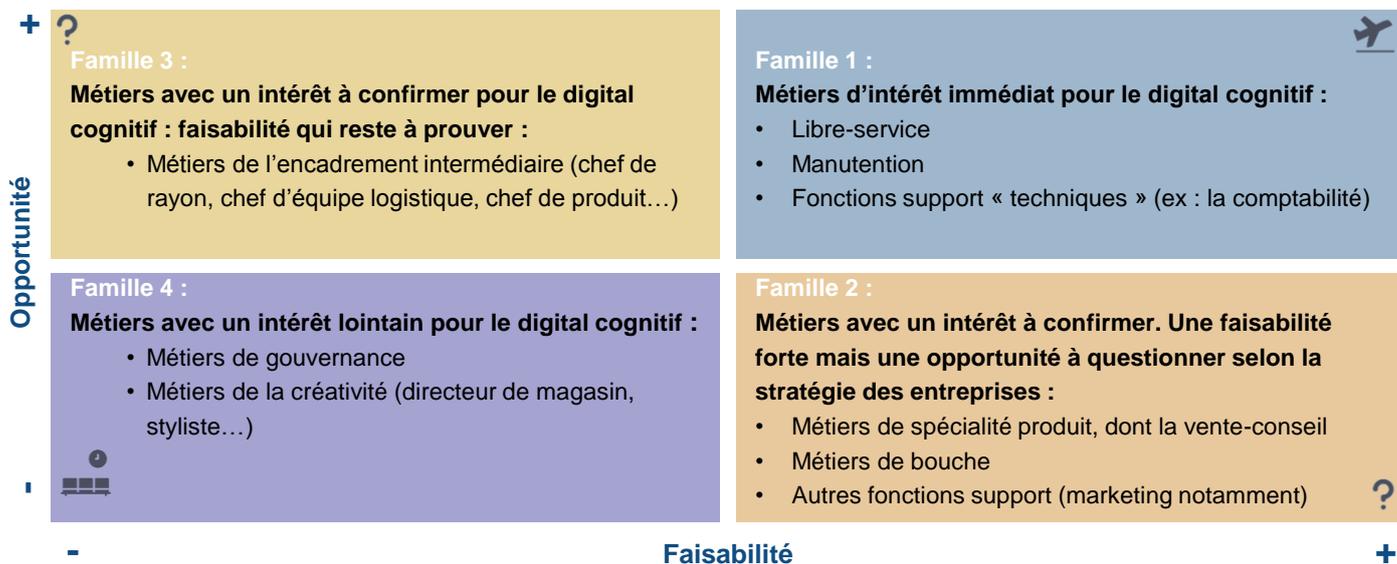
> Le développement d'outils non spécifiques au commerce pour les activités du siège et pour les fonctions support..

# MESURER L'IMPACT DE L'IA

## Quels sont les métiers dans lesquels l'IA sera la plus courante?

Un classement des 193 métiers des 9 branches a été établi à partir d'un double score (opportunité, faisabilité).

> 4 familles de métiers ressortent très nettement :



> Derrière un même intitulé de métier, le contenu n'est pas exactement le même d'une branche ou d'une entreprise à l'autre. Par exemple, tous les vendeurs ne sont pas impactés de la même manière. Il faut tenir compte du bien/service vendu, de la taille de l'établissement, du canal de distribution, etc.

## Quelles sont les conséquences sur les activités et les compétences?

### ► Plus de polyvalence et d'esprit critique pour les métiers de la famille 1

La technologie va faire plus de recommandations et de propositions (pour la vente, pour la mise en rayon...), mais il faudra quand même garder un certain recul et un esprit critique sur ces recommandations.

### ► Des compétences simples et complexes d'usage des outils digitaux vont se développer

A tous les niveaux, la maîtrise de l'écosystème digital de l'entreprise, pour elle-même et pour accompagner le client, va devenir de plus en plus importante.

### ► Entre « retail-tainer\* » et « vendeur expert », une évolution du profil du vendeur conseil en magasin

Soit miser sur l'aspect transversal et vers un rôle de « retail-tainer », soit miser sur l'aspect connaissance produit vers un rôle de « vendeur-expert ».

\*De retail et entertainer, amuseur/ ambianceur et vendeur

### ► Plus d'outils pour le directeur de magasin, plus d'outils pour les équipes de terrain, et un rôle du management réinterrogé du fait de l'autonomie grandissante des équipes

### ► Des fonctions support plus automatisées et poussées vers les compétences transversales, comme dans tous les secteurs d'activité

## 3 grandes familles de recommandations

► **Constat : la prise en compte des enjeux du digital cognitif est très disparate**

### Recommandation : Accentuer l'effort d'acculturation

Conduire et exploiter, par exemple, les diagnostics Cap sur le digital et Innov'PME pour accentuer l'effort d'acculturation des dirigeants et des salariés du secteur afin de partager une vision réaliste et équilibrée des impacts possibles du digital cognitif.

► **Constat : un risque de barrière à l'entrée sur ces technologies lié à la taille des entreprises, et de « fracture digitale cognitive » entre les distributeurs**

### Recommandation : Mutualiser et rationaliser les efforts d'investissement

Identifier en premier lieu les problématiques métier existantes et privilégier les solutions simples.

Ensuite, quand les possibilités d'investissement sont limitées : investir dans des solutions IA des domaines les plus matures que sont la robotique et la vision machine, voire le traitement de la voix.

► **Constat : le digital cognitif fait évoluer la hiérarchie des compétences, notamment dans le sens du développement des compétences transversales**

### Recommandation : accompagner la montée en compétence

Construire un programme de développement des compétences transversales, notamment pour les métiers de la famille 1.

## Conclusion

Il existe des cas d'application concrets de l'IA dans le commerce (logistique et approvisionnement, optimisation des sites marchands, aide à la vente...), mais ils sont inégalement déployés.

Toutes les entreprises du commerce et de la distribution pourraient utiliser des applications à base d'IA dans l'intégralité de leurs métiers.

Cependant, **la concrétisation** de ce potentiel **est difficile** car en-dessous d'un seuil critique de salariés, il est compliqué de se lancer dans des projets d'application de l'IA **compte tenu des investissements nécessaires**.

Pourtant, en plus de l'exploitation des données clients sur internet et en magasin, **deux champs de l'IA semblent incontournables à moyen terme** : la **robotique** et la **vision machine**. A plus long terme, le traitement de la voix devrait se développer également.

Malgré les différences entre les entreprises, les 4 familles de métier (cf. page 3) devraient connaître des évolutions à peu près semblables :

- En « **front-office** » (vente, libre-service, caisse...), on peut anticiper une **forme d'hybridation** entre l'accueil, la caisse, la préparation de commandes, la mise en rayon synonyme de polyvalence et d'autonomie de ces nouveaux profils composites (familles de métiers 1 et 2)
- Côté « **back-office** » (fonctions web, logistique, support, soit les familles de métiers 2 et 3) l'IA pousserait à la convergence du modèle

Le devenir des 4 grandes familles de métiers (intérêt immédiat, intérêt à confirmer, intérêt faible) n'est pas gravé dans le marbre, mais, en fonction des choix d'outils IA, il va **nécessiter un accompagnement**, notamment en termes de **formation**, et surtout pour les familles 1, 2 et 3.

## L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE A POUR MISSION :

 de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.

 de contribuer à adapter l'offre de formation et à faire évoluer l'offre de certification.

 d'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

Directeur de la publication : Philippe Huguéin-Génie  
Directeur de rédaction : Emille Rousseau  
Rédaction : cabinet Athling

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur

[www.lopcommerce.com/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce](http://www.lopcommerce.com/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce)

### Méthodologie :

- Etude menée par le cabinet Athling et pilotée par l'Observatoire Prospectif du Commerce de septembre à décembre 2019
- Deux modèles d'évaluation de l'impact de l'IA développés par Athling. Ces modèles ont été traduits dans deux outils : un score macro et un scan micro.
- 17 entretiens bilatéraux avec des professionnels des branches, des fournisseurs de solutions IA et des observateurs du marché.