



ÉTUDE

# L'intelligence Artificielle Générative

## Analyse de l'impact sur les métiers du commerce, et les opportunités associées

Le développement rapide de l'Intelligence Artificielle Générative (IAG) ouvre de nouvelles perspectives pour les entreprises du commerce, en matière d'innovation, de performance et de transformation des métiers. Déjà mobilisée dans certaines fonctions clés comme le marketing, la relation client ou les services support, l'IAG suscite un intérêt croissant et s'inscrit progressivement dans les priorités de formation et de développement des compétences.

Face à cette vague technologique, les branches professionnelles de l'Opcommerce ont souhaité lancer une étude stratégique pour :

- ✓ Identifier les impacts sur les métiers et compétences,
- ✓ Analyser le niveau de maturité des entreprises,
- ✓ Proposer un plan d'action structurant.

### Quelques notions essentielles

#### Intelligence Artificielle (IA)

Capacité des machines ou systèmes informatiques à simuler certaines fonctions de l'intelligence humaine.

Elle permet, à partir d'algorithmes puissants, **d'analyser de grandes quantités de données** pour **prendre des décisions ou formuler des prédictions**.

#### Machine Learning

Sous-domaine de l'IA, le machine learning permet à un système **d'apprendre automatiquement à partir de données**, sans programmation explicite.

Il est utilisé notamment pour classer des informations, reconnaître des images ou anticiper des comportements.

#### IA Générative (IAG)

Branche du machine learning dédiée à la création de contenus originaux.

Contrairement à l'IA classique qui analyse, l'IAG **génère** : des textes, des images, des vidéos, des voix...

Elle s'active à partir d'un **prompt**, une consigne en langage naturel rédigée par l'utilisateur.

### Vocabulaire

**Prompt** Instruction ou question donnée à l'IA pour générer une réponse.  
Exemples : « Rédige un message de bienvenue pour un site e-commerce. »

#### LLM (Large Language Model)

Modèle de langage entraîné sur un grand volume de données.

#### Fine-tuning

Personnalisation d'un modèle IA pour un usage métier spécifique. Permet une meilleure précision dans un secteur donné.

#### Hallucination

Production d'un contenu incorrect ou inventé par l'IA. Attention : ce phénomène nécessite vérification humaine systématique.

#### Supervision humaine

Intervention humaine pour encadrer l'usage et valider les résultats générés. Essentiel dans les domaines à risque (RH, juridique, santé...).

#### Biais

Distorsions présentes dans les réponses de l'IA, liées aux données d'entraînement. La vigilance recommandée pour éviter des erreurs discriminatoires ou stéréotypées.

# L'IA GÉNÉRATIVE DANS LE COMMERCE

## Fonctionnalités principales des modèles d'IAG

| Fonction                   | Exemples d'usage                                                      |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Génération automatique     | Rédaction de contenus, création d'images, de vidéos, de musiques      |
| Amélioration de contenu    | Résumés automatiques, correction ou amélioration d'images, traduction |
| Traduction / reformulation | Réécriture, simplification de documents, traduction multilingue       |
| Synthèse vocale            | Lecture de textes avec voix naturelles (text-to-speech)               |
| Simulation / scénarisation | Création de dialogues, supports de formation, tutoriels interactifs   |

## État des lieux de l'adoption de l'Intelligence Artificielle Générative dans les entreprises du commerce

### ► État d'avancement des stratégies en Intelligence Artificielle Générative (IAG)

- Actuellement, seules **8 % des entreprises** disposent d'une stratégie formalisée en matière d'Intelligence Artificielle Générative (IAG), tandis que 92% n'ont pas encore amorcé de démarche structurée.
- Parmi les grandes entreprises, c'est-à-dire celles comptant plus de 500 salariés, **32 %** ont déjà mis en place une stratégie dédiée à l'IAG. En revanche, ce chiffre est de seulement 8 % pour les très petites entreprises (TPE) de 1 à 9 salariés.
- Dans les groupes, **8 %** des entités disposent d'une gouvernance dédiée au sein de leur propre structure juridique.

### ► Maturité et acculturation à l'IAG

- En matière de réflexion stratégique, **62 %** des entreprises n'ont pas encore entamé de réflexion sur l'IAG. Toutefois, **34 %** sont en phase de transition : elles commencent à se familiariser avec le sujet ou ont lancé des premières pistes de réflexion.
- **87 %** des entreprises déclarent ne pas bien connaître les impacts de l'IAG sur leur secteur ou leurs métiers.

### ► Cas d'usage et mise en œuvre concrète

- Seules **3 %** des entreprises disposent d'une stratégie formalisée et **2 %** ont identifié des cas d'usage concrets.
- Sur le plan opérationnel, **7 %** des entreprises ont développé des applications intégrant l'IAG, tandis que 93 % n'ont encore rien mis en place.
- En termes de déploiement d'outils, **17 %** des entreprises ont déjà intégré un assistant virtuel ou des logiciels utilisant l'IAG. Ce taux atteint 38 % dans les grandes entreprises.

### ► Sensibilisation et formation

- En matière de sensibilisation, **16 %** des entreprises ont mis en place des actions à destination des managers, tandis que **11 %** ont ciblé les collaborateurs.
- Actuellement, **45 %** des entreprises sensibilisent leurs salariés à l'Intelligence Artificielle Générative.
- **66 %** des besoins en formation identifiés pour accompagner l'intégration des modèles d'IAG concernent les compétences techniques et numériques liées à l'IAG

### ► Gouvernance et pilotage des projets IAG

- Pour piloter ces projets, **23 %** des entreprises ont désigné une équipe ou un collaborateur dédié.
- Toutefois, **77 %** des entreprises ne disposent pas encore de responsables internes clairement identifiés pour déployer des projets d'IAG.

### ► Communication et adoption

- **55 %** des entreprises n'ont pas encore de politique de communication sur le sujet.
- Toutefois, **20%** des entreprises reconnaissent que leurs salariés utilisent déjà des modèles d'IAG en accès public

### ► Perspectives de déploiement

La majorité des entreprises prévoient un déploiement de l'IAG à court ou moyen terme :

- **39 %** dans les 1 à 2 ans.
- **37 %** dans l'année à venir.

# L'IA GÉNÉRATIVE ET LES MÉTIERS DU COMMERCE

## vers une recomposition des tâches

### Trois formes principales d'impact sur les métiers

**Automatisation** : des tâches sont exécutées plus rapidement ou déléguées à l'IA (ex. génération de documents, traitement de demandes simples).

**Amélioration** : l'IA vient en appui aux professionnels pour les rendre plus efficaces (ex. résumé d'informations, aide à la décision).

**Création** : de nouvelles tâches émergent (ex. rédaction de prompts, supervision des productions IA, veille technologique).

### Les particularités du secteur du commerce

L'IAG peut être utilisée comme levier d'expérience client et d'efficience :

#### ► Personnalisation de l'expérience client

Recommandations de produits, interactions via chatbots intelligents.  
Contenus adaptés aux préférences, traduction automatique, reformulations.

#### ► Optimisation opérationnelle

Prédiction des tendances de consommation.  
Ajustement des stocks, anticipation des hausses de prix, négociation fournisseurs.

#### ► Automatisation des tâches internes

Génération de devis, factures, reporting automatique.  
Libération de temps pour l'innovation et la relation client.

#### ► Marketing et ventes

Création de campagnes personnalisées.  
Analyse en temps réel des performances et ajustements dynamiques.

## Enjeux et défis

### Une innovation prometteuse, à encadrer avec rigueur

L'adoption de l'Intelligence Artificielle Générative (IAG) dans le secteur du commerce ouvre des perspectives considérables. Mais cette innovation soulève également des défis majeurs que les entreprises doivent anticiper pour garantir une mise en œuvre responsable, sécurisée et pérenne.

Ces défis se regroupent en **cinq catégories clés** :

#### Éthique et conformité

L'IAG peut reproduire, voire amplifier, les biais présents dans ses données d'entraînement. Cela peut mener à des décisions discriminatoires (exclusion de profils clients, stéréotypes, etc.).

- Il est important de mettre en place des mécanismes de détection et de correction des biais, tout en assurant la transparence des algorithmes. En parallèle, l'IAG repose sur l'analyse de volumes importants de données, souvent sensibles (comportements d'achat, données personnelles).
- Le respect du RGPD, la gestion du consentement des clients et la cybersécurité des données traitées sont indispensables.

#### Intégration technologique

L'introduction de l'IAG dans des systèmes souvent anciens (ERP, CRM, outils métiers) peut se heurter à des problèmes de compatibilité ou de performance.

Un audit des infrastructures numériques est recommandé avant toute intégration.

De plus, les modèles doivent être régulièrement mis à jour, corrigés et monitorés. Cela suppose des ressources humaines et techniques pérennes.

#### Formation et adaptation des équipes

L'un des principaux freins à l'intégration de l'IAG est le manque de compétences internes. La compréhension des modèles, le prompting efficace, la supervision des contenus générés exigent des savoir-faire nouveaux.

Cela implique de :

- former les équipes à l'usage et à la compréhension de l'IAG
- accompagner la montée en compétences avec des parcours pédagogiques adaptés
- lever les craintes via une communication rassurante et transparente.

#### Coûts et investissements

Le déploiement de l'IAG nécessite des investissements initiaux importants :

- achat ou location de solutions IA
- formation du personnel
- sécurisation des systèmes
- intégration dans l'environnement de travail.

L'évaluation du retour sur investissement (ROI) est cruciale avant tout projet. Il convient aussi de prévoir des budgets récurrents pour les mises à jour et la maintenance.

#### Gestion des risques opérationnels

Les modèles d'IAG peuvent générer des erreurs factuelles (hallucinations), des contenus inadaptés ou difficilement contrôlables.

Une vigilance humaine est indispensable, surtout dans les activités sensibles : relation client, communication, ressources humaines.

# SYNTHÈSE DE L'ANALYSE DE L'IMPACT DE L'IAG SUR LES MÉTIERS

Ce tableau présente une synthèse de l'impact de l'Intelligence Artificielle Générative (IAG) sur les métiers du secteur du commerce. Il permet d'identifier les principaux **apports, risques et technologies associées** à l'IAG pour chaque grande **famille de métiers**. Le tableau est structuré en quatre colonnes :

- **Famille de métiers** : grandes fonctions du secteur (finance, RH, logistique...).
- **Impacts et opportunités** : effets positifs de l'IAG (automatisation, personnalisation, gain de temps).
- **Risques** : dérives possibles (biais, erreurs de prédiction, sur-automatisation).
- **Technologies** : outils et solutions mobilisés (GPT, RPA, CRM, NLP...).

| Famille de métiers                          | Impacts et opportunités                                                        | Risques                                                                                                  | Technologies                                                |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Achat et négoce                             | Sourcing intelligent / Prévisions des prix; Automatisation des appels d'offres | Risque de dépendance aux fournisseurs identifiés par IAG, complexité des intégrations ERP.               | Machine Learning pour prédiction des prix, intégration ERP. |
| Finance                                     | Rapports automatisés<br>Détection des fraudes                                  | Données inexactes dans les simulations budgétaires, risque de sur-automatisation dans l'analyse fiscale. | Algorithmes d'anomalie (Deep Learning), outils comme H2O.ai |
| Administration des Ventes (ADV)             | - Automatisation des commandes<br>- Optimisation des factures                  | Mauvaise prédiction des cycles de vente, limitations des FAQ                                             | RPA (Automation Anywhere), intégration CRM                  |
| Approvisionnement et transport              | Optimisation logistique et gestion prédictive des stocks                       | Risques liés à des scénarios de simulation irréalistes, erreurs dans l'analyse des coûts                 | AWS SageMaker pour la logistique                            |
| Après-vente et support technique            | Réponses automatisées et analyse des réclamations                              | Solutions génériques non adaptées aux cas spécifiques, diagnostic IAG erroné                             | Dialogflow pour gestion des bots                            |
| Caisse et accueil                           | Interaction personnalisée et gestion des files d'attente                       | Mauvaise personnalisation des interactions, surcharge de données inutiles                                | IAG embarquée, reconnaissance vocale                        |
| Collections & styles                        | Création assistée de designs et prévisions des tendances                       | Designs non adaptés aux goûts réels, déconnexion avec les tendances locales                              | Text-to-Image AI comme MidJourney                           |
| Commerce pièces détachées                   | Recherche optimisée et gestion des stocks                                      | Recommandations inexactes, gestion inefficace des stocks suggérés                                        | Modèles de reconnaissance visuelle                          |
| Direction des Ressources Humaines           | Recrutement automatisé et formations personnalisées                            | Tri biaisé des candidatures, programmes de formation inadaptés                                           | NLP, LMS intégrés                                           |
| E-commerce                                  | Recommandations personnalisées et rédaction automatique de fiches produits     | Recommandations non pertinentes, descriptions de produits peu attractives                                | GPT, Bloomreach                                             |
| Gestion du patient-client                   | Support en ligne et optimisation des rendez-vous                               | Mauvaise orientation des patients, erreurs dans les prédictions de créneaux                              | CRM médicaux, assistants vocaux                             |
| Immobilier                                  | Estimation des prix et création d'annonces optimisées                          | Estimations incorrectes des biens, descriptions biaisées des annonces                                    | Vision par ordinateur                                       |
| Informatique                                | Automatisation du codage et détection des anomalies                            | Scripts erronés générés par l'IAG, fausses alertes dans la surveillance proactive                        | AIOps, GitHub Copilot                                       |
| Juridique                                   | Analyse des contrats et recherche légale accélérée                             | Mauvaise identification des clauses critiques, erreurs dans les recherches juridiques                    | NLP, Kira Systems                                           |
| Logistique entrepôt                         | Gestion intelligente des flux et prévention des ruptures de stock              | Mauvaise gestion des flux automatisés, erreurs dans les prévisions de ruptures                           | Robots autonomes, solutions comme Symbotic                  |
| Marketing                                   | Personnalisation des campagnes et analyse des performances                     | Sur ciblage des campagnes, mauvaise analyse des données de performance                                   | HubSpot, IAG pour A/B testing                               |
| Merchandising                               | Analyse des ventes et offres personnalisées en magasin                         | Recommandations d'agencement inefficaces, sur-analyse des préférences locales                            | Vision par ordinateur pour l'agencement                     |
| Métiers de bouche                           | Création de recettes et optimisation des stocks d'ingrédients                  | Recettes générées peu réalistes, mauvaise gestion des stocks en fonction des prévisions                  | Modèles génératifs (GANs), Blue Yonder                      |
| Moyens généraux                             | Automatisation des rapports de maintenance et réduction des coûts              | Diagnostics de maintenance erronés, surcoût des solutions IoT mal calibrées                              | IoT, IBM Maximo                                             |
| Pilotage supply chain                       | Prédiction des perturbations et optimisation des flux                          | Anticipations de perturbations non fiables, ajustements excessifs des flux                               | SAP Integrated Business Planning                            |
| Service Après-Vente (SAV)                   | Support client instantané et analyse des retours                               | Solutions IAG inefficaces pour des problèmes complexes, diagnostic inapproprié                           | IBM Watson Assistant                                        |
| Promotion des ventes                        | Campagnes personnalisées et évaluation en temps réel                           | Contenus non pertinents pour certains segments, mauvaise prédiction des comportements                    | Canva AI, HubSpot AI                                        |
| Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement   | Analyse des incidents et formations virtuelles                                 | Audits automatisés incomplets, scénarios de formation non représentatifs                                 | Intelix, Enablon                                            |
| Qualité, fournisseurs et produits           | Évaluation des fournisseurs et inspections automatisées                        | Sur-analyse des données fournisseurs, inspections automatisées inexactes                                 | AWS Rekognition, Tableau                                    |
| Reconditionnement                           | Optimisation des réparations et réduction des déchets                          | Optimisation des réparations inappropriée, gaspillage malgré des prévisions IAG                          | OpenCV pour inspection visuelle                             |
| Relation clients                            | Support personnalisé et analyse des sentiments                                 | Mauvaise personnalisation des interactions, analyse de sentiment biaisée                                 | Salesforce Einstein, Microsoft Dynamics 365                 |
| Sécurité et maintenance                     | Détection des anomalies et maintenance préventive                              | Mauvaise interprétation des anomalies, pannes imprévues malgré la maintenance préventive                 | Azure Digital Twins, IoT                                    |
| Support technique commercial                | Création de guides et assistance technique instantanée                         | Guides mal adaptés, réponses automatiques imprécises                                                     | Dialogflow, Notion AI                                       |
| Vente B to B                                | Fiches clients automatisées et optimisation des devis                          | Propositions mal ajustées, outils de négociation peu réalistes                                           | Gong.io, ZoomInfo                                           |
| Vente en magasin / évenementiels et marchés | Amélioration de l'expérience client et gestion des stocks                      | Expériences clients peu convaincantes, gestion des stocks inefficace                                     | Square POS, Shopify AI                                      |

Pour plus d'informations sur les familles de métiers : [www.perspectivescommerce.com](http://www.perspectivescommerce.com)

# L'IA, QUELS IMPACTS SUR LES COMPÉTENCES ?

L'apparition de l'Intelligence Artificielle générative représente un tournant décisif pour le secteur du commerce. En effet, ces modèles redéfinissent les frontières entre l'humain et la machine et modifient en profondeur les pratiques professionnelles. Elle entraîne une évolution notable des compétences techniques mais aussi comportementales.

Les compétences présentées ci-dessous sont transverses aux métiers du commerce.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Créer de nouvelles dynamiques relationnelles avec les modèles d'IA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Renforcer la communication humaine</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Mobiliser l'intelligence émotionnelle dans l'expérience client</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Renforcer l'esprit critique et la prise de recul</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Automatisation des tâches répétitives par l'IA (ex. : réponses logistiques, premières interactions).</li><li>Renforcer la valeur ajoutée humaine dans l'écoute, l'adaptation et l'empathie.</li><li>Combiner les interactions entre modèles d'IA (en première ligne) et les collaborateurs humains (en soutien décisif).</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Reformuler et contextualiser les réponses proposées par les modèles d'IA.</li><li>Vulgariser les recommandations techniques pour les rendre accessibles au client.</li><li>Développer des capacités d'interprétation et de discernement dans les échanges humains assistés par IA.</li></ul>                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Gérer les réclamations sensibles avec une approche humaine et personnalisée.</li><li>Comprendre les émotions et interpréter les signaux faibles dans les situations complexes.</li><li>Désamorcer les conflits que les modèles d'IA ne peuvent traiter avec nuance.</li></ul>                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>Analyser la fiabilité des résultats fournis par les modèles d'IA.</li><li>Identifier les biais, anomalies ou incohérences dans les données générées automatiquement.</li><li>Comprendre le contexte de production et les logiques de fonctionnement des informations issues des modèles d'IA.</li></ul> |
| <b>Maîtriser les outils et systèmes enrichis par les modèles d'IA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Renforcer la culture data</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Développer une expertise en prompt engineering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Maîtriser les enjeux éthiques et réglementaires</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Utiliser les outils métiers intégrant des modèles d'IA (CRM, plateformes logistiques, outils marketing).</li><li>Paramétrer, superviser et dialoguer avec les systèmes intelligents pour pouvoir les exploiter au mieux.</li><li>Interagir efficacement avec les modèles d'IA pour accompagner les processus métiers.</li></ul>    | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les sources de données, croisements et traitements des données.</li><li>Interpréter les indicateurs dynamiques et les analyses prédictives générées par les modèles d'IA.</li><li>Analyser, croiser et visualiser les données afin de prendre des décisions éclairées.</li><li>Garantir la transparence dans les interactions client-modèles d'IA, en identifiant les logiques de fonctionnement derrière les recommandations des modèles.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Formuler des requêtes claires, précises et contextualisées à destination des modèles d'IA.</li><li>Obtenir des réponses exploitables, adaptées et contextualisées selon les besoins métier.</li><li>Interroger les modèles d'IA pour récupérer des données spécifiques (ex. : historique client, recommandations personnalisées).</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Connaître les règles relatives au RGPD et à la protection des données personnelles.</li><li>Identifier les risques liés aux biais algorithmiques ou aux contenus non vérifiés.</li><li>Garantir un usage éthique et transparent des modèles d'IA dans les interactions avec les clients.</li></ul>      |

## Une cartographie de l'offre de formation existante

Malgré le développement de l'offre de formation sur les sujets liés à l'IA générative, cette offre reste peu lisible d'où la production d'une cartographie de l'offre de formation existante.

Points forts :

- Tendance actuelle de développement de l'offre de formation,
- Variété des formats pédagogiques,
- Existence de formations certifiantes ou qualifiantes,
- Renforcement de la professionnalisation des contenus.

Axes d'amélioration:

- Forte hétérogénéité des formats pédagogiques,
- Peu de formations centrées spécifiquement sur l'IA générative,
- Manque de spécialisation sur les usages métiers concrets du commerce,
- Manque de lisibilité de l'offre,
- Peu de formation sur les compétences comportementales.

## Cartographie de l'offre de formation

Cette cartographie synthétique répertorie les formations selon cinq axes :

- les formations initiales et continues généralistes en IA/IAG,
- les formations sectorielles spécifiques,
- les dispositifs portés par l'Opcommerce,
- les formations recensées par les Carif-Oref,
- les dispositifs à la reconversion (Transitions Pro) d'accompagnement.

Venez la découvrir dans le rapport complet :

[www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/etudes-interbranches/](http://www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/etudes-interbranches/)

## SOURCES ET MÉTHODOLOGIE

Etude menée par le cabinet Diot Siaci et Roland Berger et pilotée par l'Observatoire prospectif du commerce de septembre à juillet 2025.

- Des entretiens individuels menés avec des dirigeants, RH, experts, représentants de branches (environ 15 acteurs clés).
- Une enquête en ligne auprès de plus de 1 000 entreprises (sur 26 000 contactées).
- Une analyse documentaire des formations existantes, des technologies et éléments de benchmarks.
- Deux ateliers de co-construction permettant de bénéficier d'une analyse croisée

# PRÉSENTATION DES OUTILS DISPONIBLES

## Le catalogue de pistes d'actions

Afin de soutenir l'appropriation progressive de ces technologies, ce catalogue propose un ensemble structuré de fiches actions, réparties selon les différentes phases de déploiement et de maturité : de la réflexion stratégique initiale à l'optimisation continue des usages.

| Fiche action                                                   |                                                           |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Objectifs et description de l'action                           | Population concernée                                      |
| Buts poursuivis et description de l'action                     | Groupes ou individus touchés par l'action                 |
| Responsables de l'action et rôle de chacun                     | Conditions de réussite                                    |
| Personnes ou équipes en charge, contribution                   | Conditions indispensables pour mener l'action à bien      |
| Pistes pratiques de mise en œuvre                              | Impacts/ résultats attendus                               |
| Activités concrètes pour déployer l'action sur le terrain      | Effets mesurables et bénéfices attendus                   |
| Outils mobilisables                                            | Indicateurs de succès                                     |
| Ressources, outils ou supports pour faciliter la mise en œuvre | Indicateurs clés pour suivre l'avancement et l'efficacité |

### Pistes d'action

Développement d'une charte éthique, atelier de prompt engineering, bibliothèque de prompts,...  
Parcourez les fiches actions pour vous orienter dans l'appropriation de l'IAG.

**Cliquez ici ou rendez-vous sur :**  
**[www.loppcommerce.com](http://www.loppcommerce.com)**



## Revue de presse

L'objectif de cette revue de presse est d'offrir aux entreprises du commerce une veille ciblée, pédagogique, actualisée et structurée par niveau de maturité afin de faciliter l'appropriation des notions clés.

Elle a été structurée selon 4 niveaux de maturité :

- Pour débiter : premiers pas dans l'IA générative,
- Pour poursuivre : exploration pratique et cas d'usage,
- Pour approfondir : maîtrise des applications et des enjeux
- Pour devenir expert : stratégies avancées et vision de l'avenir

### Revue de presse

Webinaires, livres blancs, MOOC, ... Une multitude de ressources pour s'initier, approfondir ou maîtriser les enjeux liés à l'intelligence artificielle générative (IAG).

**Cliquez ici ou rendez-vous sur :**  
**[www.loppcommerce.com](http://www.loppcommerce.com)**



## 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.

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur

**[www.loppcommerce.org/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce](http://www.loppcommerce.org/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce)**

**Directeur de la publication :** Philippe Hugenin-Génie

**Directeur de rédaction :** Edine Gassert

**Rédaction :** Axelle Beneytout : S2H, Hugo Carreira : Roland Berger, Elise Roussineau et Nadège Dutouya : L'Opcommerce