

# Du digital au digital cognitif, impact de son déploiement dans le commerce et la distribution

Etude pilotée par l'Observatoire prospectif du  
commerce

Rapport rédigé par Athling – décembre 2019



**Sommaire**

---

<b>Une démarche prospective et participative .....</b>	<b>5</b>
L'Intelligence Artificielle en 2020 : d'un raz-de-marée annoncé à un constat d'infiltration progressive .....	5
Le cadre de référence du rapport : interaction et approche terrain .....	6
Le contexte et les ambitions de ce rapport .....	10
Des définitions structurantes à prendre en compte.....	11
<b>Le contexte du déploiement du digital cognitif dans le secteur du commerce.....</b>	<b>13</b>
Le commerce en France en 2020 : un secteur intégrateur, divers et en mutation .....	13
<i>Un secteur important et intégrateur.....</i>	<i>13</i>
<i>Un secteur divers.....</i>	<i>13</i>
<i>Un secteur en mutation .....</i>	<i>14</i>
Pourquoi parle-t-on de digital cognitif ? .....	15
Le digital cognitif se greffe sur une informatisation déjà ancienne.....	17
<b>Les premières applications du digital cognitif dans le secteur.....</b>	<b>19</b>
La situation actuelle .....	19
<i>Les leviers : rationalisation et expérience client.....</i>	<i>19</i>
<i>Une innovation technologique souvent coproduite avec des partenaires externes .....</i>	<i>20</i>
<i>Les quatre grandes tendances à anticiper .....</i>	<i>23</i>
Cartographie prospective de l'intérêt du déploiement du digital cognitif .....	25
<i>Analyse par catégorie d'emploi .....</i>	<i>27</i>
<i>Rappel du périmètre.....</i>	<i>28</i>
<i>Monographies de branche .....</i>	<i>32</i>
<b>Quel impact du digital cognitif sur les activités et les compétences d'ici 2023 ? .....</b>	<b>51</b>
Le déplacement des compétences sur six métiers d'intérêt interbranches .....	51
En synthèse .....	64
Evolution sur les autres métiers.....	66
<b>Des freins au déploiement existent aujourd'hui, mais la situation est évolutive .....</b>	<b>69</b>
<b>Des défis majeurs à relever et des recommandations d'actions.....</b>	<b>73</b>
Un premier défi : Rendre le digital cognitif (IA) accessible .....	73
Le défi RH : Rester un secteur intégrateur sur la durée des parcours professionnels.....	77
Un des défis économiques et organisationnels : Ne pas subir la plateformesation.....	79
<b>Conclusion.....</b>	<b>83</b>

#1. Un secteur d'activité faussement homogène : le digital cognitif met encore plus en exergue l'hétérogénéité du commerce et de la distribution.....	83
#2. Des cas d'application concrets mais inégalement déployés.....	84
#3. En plus de l'exploitation des données client, deux applications incontournables : la robotique et la vision machine .....	85
#4. 4 familles de métiers émergent .....	86
#5. Des « fortunes » diverses à anticiper selon les métiers.....	86
#6. Une première étape franchie, mais les spécificités du secteur et du digital cognitif demandent des travaux (encore) plus poussés... ..	87
<b>Annexes .....</b>	<b>89</b>
Annexe#1. La méthodologie de scoring des métiers .....	90
<i>Le volet macro ou score IA .....</i>	<i>90</i>
<i>Le volet détaillé ou scan IA.....</i>	<i>92</i>
Annexe#2. Le calcul des effectifs par grande catégorie d'emploi .....	94
Annexe#3. La table des cas d'usage de digital cognitif identifiés dans le secteur.....	97
Annexe#4. Les recommandations d'actions .....	99
Annexe#5. Les organisations consultées .....	102
Annexe#6. Les compétences transversales identifiées par France Stratégie.....	103
Annexe#7. La bibliographie.....	104

## Une démarche prospective et participative

---

### **L'Intelligence Artificielle en 2020 : d'un raz-de-marée annoncé à un constat d'infiltration progressive**

Si les performances techniques de l'intelligence artificielle (IA ou digital cognitif<sup>1</sup>) en matière de reconnaissance d'images se sont significativement améliorées à partir de 2012, le sujet n'a réellement commencé à pénétrer le débat public que courant 2016. Depuis lors, les conférences, rapports, ouvrages, articles dans les médias et annonces d'investissement, parfois en trompe-l'œil, se sont multipliés. Un moment fort en France a eu lieu en 2018 avec la publication du rapport Villani *Donner un sens à l'Intelligence Artificielle* et la sortie concomitante du rapport de France Stratégie *Intelligence Artificielle et travail* focalisé sur 3 secteurs d'activité (banque, santé, transport). Si le sensationnalisme autour de ce sujet a quelque peu décliné depuis, le mouvement de fond de déploiement de l'intelligence artificielle se poursuit et s'accroît.

L'angle de 2013-2017, suggéré notamment par des études anglo-saxonnes, portait sur le risque d'une destruction massive d'emplois à travers l'automatisation du travail. Ces craintes légitimes n'ont pas complètement disparu. Cependant, le retour d'expérience des premiers déploiements à grande échelle d'outils de digital cognitif recentrent le débat sur une question moins brûlante mais non moins importante. En effet, « faire de l'IA opérationnelle » est souvent laborieux et en général limité à quelques verticaux métiers spécifiques (scores marketing, analyseurs d'emails sur un segment de l'activité...). Pour autant, les réseaux sociaux pour constituer notre « flux » quotidien, les grands sites marchands pour nous proposer des produits complémentaires, les professionnels de santé pour renforcer leurs diagnostics, les constructeurs automobiles pour rendre nos voitures plus autonomes, la banque pour traiter en masse nos courriels... multiplient les applications concrètes de digital cognitif. Nos smartphones en sont dotés sans que nous nous en rendions compte (ex. dictée de SMS).

Dès lors, contrairement à ce qui avait été prophétisé, il s'agit plus d'une diffusion progressive de l'intelligence artificielle dans toutes les activités que d'un raz-de-marée général et brutal.

---

<sup>1</sup> Les termes Intelligence Artificielle, IA ou digital cognitif sont utilisés dans la suite du rapport. Ils recouvrent le même contenu.

La question désormais n'est plus vraiment de savoir s'il faut recourir à l'intelligence artificielle mais comment le faire dans de bonnes conditions, sous quels délais y arriver et anticiper les impacts potentiels.

A ce jour, aucune étude d'envergure menée au niveau national sur le futur de l'intelligence artificielle n'a jugé bon de se pencher sur le secteur du commerce, pourtant si important pour son empreinte territoriale et son côté intégrateur. Des secteurs comme la banque, l'assurance, la santé, l'automobile, l'agriculture, la défense... ont fait l'objet d'études sectorielles sous l'angle de l'impact de l'intelligence artificielle avec plus ou moins de profondeur, alors que le commerce représente le troisième secteur<sup>2</sup> en nombre de salariés en France avec 1,9M d'employés, plus que la banque et l'assurance réunies par exemple.

C'est dans ce contexte que les branches commanditaires listées ci-dessous, soutenues par le Ministère du travail, ont commandé une étude sur le déploiement du digital cognitif dans le commerce et la distribution

### **Le cadre de référence du rapport : interaction et approche terrain**

L'objectif de la mission est :

- De définir et de 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 supports
- De définir et de mesurer l'impact de l'IA au niveau organisationnel
- D'identifier et d'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.

---

<sup>2</sup> Source : classement réalisé par Athling sur les chiffres publics déclarés par les 11 OPCO après simplification des branches professionnelles du 1<sup>er</sup> avril 2019