Rapport Pulse : Le Commerce Agentique en France

Ce que l'IA change déjà pour les marchands

PayPal

Conclusions de l'enquête réalisée auprès des commerçants

Le commerce agentique transforme le parcours client

Le commerce agentique est une véritable révolution, comparable à l'avènement des smartphones ou d'Internet. Avec des agents d'IA qui aident les consommateurs à découvrir des produits, à prendre des décisions et à effectuer des transactions, le marché mondial du commerce agentique devrait atteindre 1 700 milliards de dollars d'ici 2030, selon une étude américaine.[1]

De nombreux consommateurs français ont déjà recours à l'IA dans leur vie quotidienne. En matière de commerce agentique, un modèle hybride est en train d'émerger : les agents d'IA recommandent ou présélectionnent des produits, tandis que les consommateurs prennent la décision finale d'achat.

Selon une récente enquête, 35 % des consommateurs français se disent prêts à laisser un agent d'IA présélectionner un produit, à condition de valider eux-mêmes le paiement. Et 21 % seraient même disposés à confier l'intégralité du processus d'achat à un agent d'IA.

Qu'est-ce que cela signifie pour votre entreprise ?

PayPal a chargé l'institut de sondage IFOP de réaliser le Rapport Pulse : Le Commerce Agentique en France, afin de comprendre comment les entreprises s'adaptent à l'essor du commerce agentique.
L'enquête a permis de mettre en lumière :

- Le regard des commerçants sur cette évolution
- Leur niveau d'avancement dans l'adoption du commerce agentique
- Les obstacles qu'ils rencontrent

Les conclusions présentées dans ce résumé sont issues d'une enquête menée auprès de petites, moyennes et grandes entreprises françaises. Et elles montrent que les dirigeants sont déjà favorables au commerce agentique.

Perception		Adoption	
89 %	**déclarent connaître le commerce agentique**	**80 %**	**déclarent que leur entreprise utilise déjà activement l'IA agentique**
81 %	**anticipent un impact positif du commerce agentique sur leur entreprise dans les 12 à 24 prochains mois**	**63 %**	**pensent que, d'ici moins d'un an, les consommateurs feront suffisamment confiance à l'IA pour la laisser effectuer des achats pour eux**

[1] Edgar, Dunn & Company. (Mai 2025). « Agentic Commerce: The future of payments. »

Sauf indication contraire, toutes les statistiques présentées dans ce rapport sont issues de l'étude Agentic Pulse Survey commanditée par PayPal en 2026.

Enseignement clé n°1

Un bon référencement auprès des outils d'IA stimule les ventes

Être visibles par les outils d'IA devient un enjeu majeur pour les entreprises qui souhaitent rester compétitives et développer leurs ventes.

- **Préserver sa visibilité à l'ère de l'IA.** À mesure que les consommateurs utilisent de plus en plus les outils d'IA pour rechercher des produits, le recours aux moteurs de recherche traditionnels diminue. Si les entreprises ne s'intègrent pas aux écosystèmes d'IA, elles risquent de perdre en visibilité.
- **Capter des prospects à forte intention d'achat.** Le trafic généré par l'IA provient souvent de prospects à forte intention d'achat. L'augmentation du volume des ventes est le principal avantage attendu de l'intégration du commerce agentique.
- **Optimiser les sites Web pour les robots d'IA.** Les entreprises doivent vérifier que la structure de leur site Web et le balisage de leurs données structurées permettent aux agents d'IA de lire facilement leur contenu, d'interagir avec celui-ci et de recommander leurs produits.

Être facilement repérable par l'IA est désormais une étape essentielle du parcours d'achat. Sans cette visibilité, les entreprises risquent de ne pas pouvoir accompagner efficacement leurs clients vers les étapes de personnalisation, de comparaison et de finalisation de l'achat.

Les 3 principaux avantages attendus du commerce agentique

1. Augmentation des ventes
2. Expériences personnalisées
3. Accès à de nouveaux clients

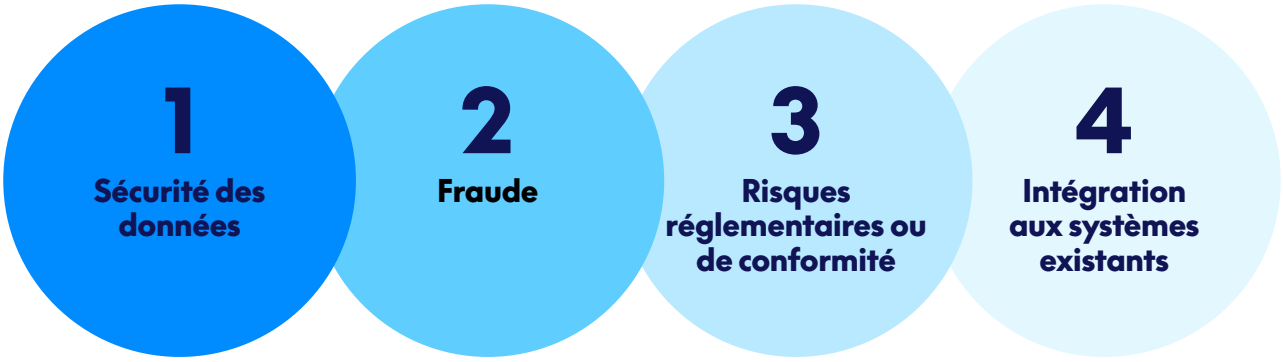
32 % des personnes interrogées déclarent que le commerce agentique a déjà eu un impact significatif sur leur entreprise

Enseignement clé n°2

La sécurité des données et les risques de fraude en tête des préoccupations

La sécurité des données et la prévention de la fraude sont les principales préoccupations des entreprises qui envisagent de se lancer dans le commerce agentique. Les dirigeants d'entreprise sont également préoccupés par les défis liés à l'intégration ainsi que par les enjeux réglementaires et de conformité.

Les principales préoccupations autour du commerce agentique



Protection des données et contrôle de la marque

Les entreprises craignent également de perdre le contrôle de leur marque à l'ère de l'IA. De nombreuses entreprises adoptent une approche ouverte mais maîtrisée : elles souhaitent s'adapter aux nouveaux modes de consommation, tout en accordant une grande importance à la protection des données et au contrôle de leur marque.

50 % des entreprises sont prêtes à se déployer sur plusieurs plateformes d'IA, à condition de garder un contrôle étroit sur leurs données et leur marque

Enseignement clé n°3

Les partenaires, les garants de la confiance

Le commerce agentique n'est en rien un simple outil de plus à tester, mais bien un modèle susceptible d'avoir un impact sur l'ensemble de l'entreprise. Les entreprises doivent composer avec des systèmes existants disparates, de nouveaux protocoles et des mécanismes de contrôle en constante évolution. Elles ne recherchent pas seulement des fournisseurs de solutions d'IA. Pour créer et mettre en œuvre une infrastructure fiable, elles ont besoin de partenaires stratégiques capables de les aider à :

- **Adapter les solutions à des environnements complexes.** Les partenaires doivent être capables d'intégrer et de déployer l'IA dans des systèmes, des opérations front-end et back-end et des processus complexes et fragmentés.
- **Proposer des fonctionnalités d'IA avancées.** Les entreprises privilégient des fonctionnalités spécialisées comme l'analyse prédictive et la personnalisation.
- **Renforcer la sécurité.** Pour déployer le commerce agentique en toute confiance, les entreprises doivent pouvoir s'appuyer sur des partenaires capables de garantir la sécurité des données et de détecter les fraudes.

Principales attentes des entreprises envers les prestataires de paiement

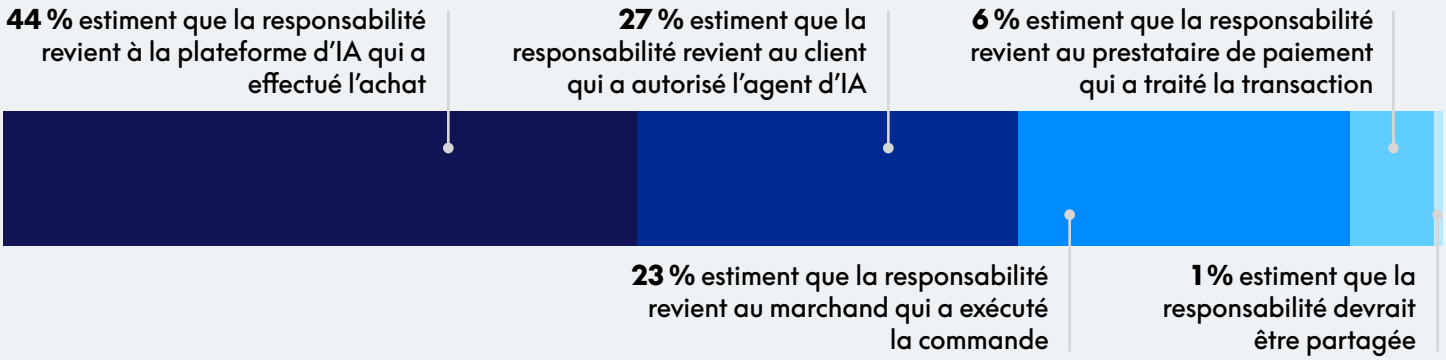
- ✓ Traitement fiable des paiements
- ✓ Traitement fiable et précis des données
- ✓ Fonctionnalités d'IA avancées

Enseignement clé n°4

Les prestataires de paiement jouent un rôle majeur

Les entreprises comptent sur eux pour sécuriser les paiements agentiques. Outre la fluidité des paiements, les entreprises attendent également des prestataires de paiement qu'ils réduisent les risques liés aux transactions agentiques, notamment grâce à leur capacité à détecter les fraudes et à sécuriser les données.

Le flou autour des responsabilités : il n'existe encore aucun consensus clair sur qui doit être tenu responsable en cas de litige lié à un paiement initié par un agent d'IA. La question est donc de savoir si la responsabilité incombe à la plateforme d'IA ou au client.



*Le total des pourcentages peut ne pas être égal à 100 % en raison des arrondis. Pour les questions autorisant plusieurs réponses, le total peut être supérieur à 100 %.

78 % **des entreprises déclarent avoir besoin d'une aide externe pour déployer le commerce agentique**

Le commerce agentique est déjà une réalité. Votre entreprise est-elle prête ?

Le commerce agentique est désormais incontournable. Il prend de plus en plus d'ampleur. Mais son adoption et son déploiement à grande échelle restent semés d'obstacles. C'est pourquoi les entreprises se tournent vers des partenaires fiables pour mettre en place l'infrastructure d'IA dont elles ont besoin pour rester compétitives.

Prospérez à l'ère agentique avec des partenaires de confiance

En savoir plus sur paypal.ai.[2]

PayPal

À propos du Rapport Pulse : Le Commerce Agentique en France
PayPal a chargé l'IFOP de réaliser une enquête en ligne auprès de 301 entreprises françaises exerçant une activité commerciale et gérant un site de vente en ligne. Les réponses à l'enquête ont été recueillies entre le 23 avril et le 4 mai 2026. Les résultats indiqués sont bruts et non pondérés.

[2] Les services de commerce agentique de PayPal sont uniquement disponibles aux États-Unis.

Ce contenu est fourni à titre informatif uniquement. Avant de prendre une décision pour votre entreprise, demandez toujours l'avis de professionnels indépendants en matière fiscale, financière et juridique.