

Tendances commerce & retail

Best of NRF 2026



INDEX

Éditorial. [p. 03](#)

Executive summary. [p. 04](#)

01. Temps forts du NRF 2026. [p. 05](#)

02. Le commerce agentique. [p. 12](#)

Découverte pilotée par l'IA.

Le clienteling agentique.

03. L'IA, moteur des opérations. [p. 73](#)

Magasin comme plateforme.

Supply chain pilotée.

Logistique inverse.

04. La renaissance du magasin. [p. 119](#)

Retail tour à New York.

Le digital en point de vente.

05. Retail media augmenté. [p. 167](#)

Gestion publicitaire agentique.

06. Le commerce social. [p. 189](#)

Des retailers aux créateurs.

Recommandations. [p. 208](#)

Glossaire. [p. 209](#)

Transformez ces insights en une stratégie business. [p. 210](#)

ÉDITORIAL

Tendances commerce & retail



Emmanuel Vivier

Co-fondateur et
analyste principal



Le commerce entre dans une nouvelle phase. Après des années d'expérimentations, de promesses technologiques et de démonstrations spectaculaires, l'enjeu n'est plus d'innover pour innover, mais de faire fonctionner le commerce à l'échelle, avec fiabilité, continuité et impact business réel. **NRF 2026** marque un basculement clair : le commerce devient un système piloté, instrumenté et orchestré, où l'IA passe du rôle d'assistante à celui de moteur d'exécution.

Le commerce agentique va devenir une réalité très prochainement : la découverte, la décision et l'achat deviennent conversationnels, délégués et autonomes. L'IA redéfinit la découverte produit, le clienteling, la fidélisation et la relation de service, en plaçant l'intention -et non plus le canal- au cœur des parcours. La performance se joue désormais sur la lisibilité des offres, la qualité des données et la capacité à être activable partout.

L'heure est à la convergence. **Les frontières entre recherche, contenu, transaction, service et logistique se dissolvent au profit d'un parcours unique, continu, où chaque interaction doit pouvoir déclencher une action : comparer, acheter, livrer, échanger, résoudre.** Cette recomposition impose une même exigence partout : rendre l'offre lisible, fiable et exécutable, avec des règles claires, des données propres et une gouvernance capable d'arbitrer vitesse, rentabilité et confiance.

La transformation est aussi profondément opérationnelle. **L'IA s'impose comme le système d'exploitation du commerce,** reliant supply chain, pricing, promotions, service client et exécution terrain dans une logique de boucle fermée. **Le magasin, loin de disparaître, connaît une véritable renaissance :** il devient une plateforme omnicanale, un nœud logistique, un média, un lieu de confiance et un espace d'orchestration entre le digital et le physique.

Enfin, ce rapport met en lumière l'essor du **retail media**, du **commerce social** et des **créateurs** comme nouveaux leviers de croissance, à condition d'être industrialisés, mesurés et gouvernés.

En 2026, les gagnants ne seront pas ceux qui accumulent les technologies, mais ceux qui orchestrent un commerce cohérent, fiable et créateur de valeur. Ce rapport donne les clés pour **transformer ces insights en décisions, puis en exécution.**

EXECUTIVE SUMMARY

L'avènement du commerce agentique

L'IA passe de l'assistance à l'exécution autonome. Les agents intelligents interprètent désormais l'intention du client pour comparer, décider et finaliser des transactions en son nom.

Priorité aux données *Agent-Ready*

La performance ne repose plus sur l'interface visuelle mais sur la qualité des flux de données (API). Les catalogues doivent être structurés pour être lisibles par les machines avant de l'être par l'humain.

Le magasin comme hub opérationnel

Le point de vente devient un système instrumenté connectant totalement le front-end au back-office. Il agit comme un hub logistique optimisant les stocks et le retrait omnicanal en temps réel.

Le clienteling augmenté

L'approche *human-in-the-loop* libère les vendeurs des tâches répétitives. L'IA prépare la personnalisation et la segmentation, permettant à l'humain de se recentrer sur l'émotion et le conseil expert.

L'IA comme nouveau système d'exploitation

L'IA orchestre désormais l'intégralité des opérations : prévisions, tarification dynamique, promotions et supply chain. Elle industrialise la rentabilité en gérant les exceptions de manière autonome.

La personnalisation par le dialogue

La recherche par mots-clés s'efface devant le dialogue naturel. Les assistants IA guident le client tout au long du funnel, de l'inspiration à l'achat direct au sein d'une conversation.

La logistique inverse comme levier de valeur

Les retours ne sont plus un coût mais un levier de l'économie circulaire. L'IA automatise le tri pour monétiser rapidement les produits via la réparation, le reconditionnement ou la revente.

Le commerce social et expérientiel

Les réseaux sociaux deviennent des canaux de vente directs et sans friction. En parallèle, le magasin se réinvente en hub communautaire et immersif pour offrir une expérience authentique indissociable du produit.

TEMPS FORTS DU NRF 2026

01



The Next Now

L'édition 2026 de NRF marque un tournant décisif.

L'industrie dépasse le stade de l'expérimentation pour entrer dans une phase d'industrialisation technologique.

L'IA devient le système d'exploitation central du commerce.



NRF 2026 : LE HUB MONDIAL DU COMMERCE ET DU RETAIL

L'ÉVÉNEMENT CONSOLIDE SA POSITION DE PLATEFORME D'AFFAIRES N°1

41 000

professionnels du
secteur commerce
et retail présents.

6 700

marques uniques
représentées.

85 %

du Top 100
des détaillants
mondiaux étaient
au rendez-vous.

86 %

des participants
jouent un rôle
direct dans les
décisions d'achat
de leur entreprise.

42 %

des participants
occupent des
postes de direction
de haut niveau :
CEO, C-Level,
Senior Director.

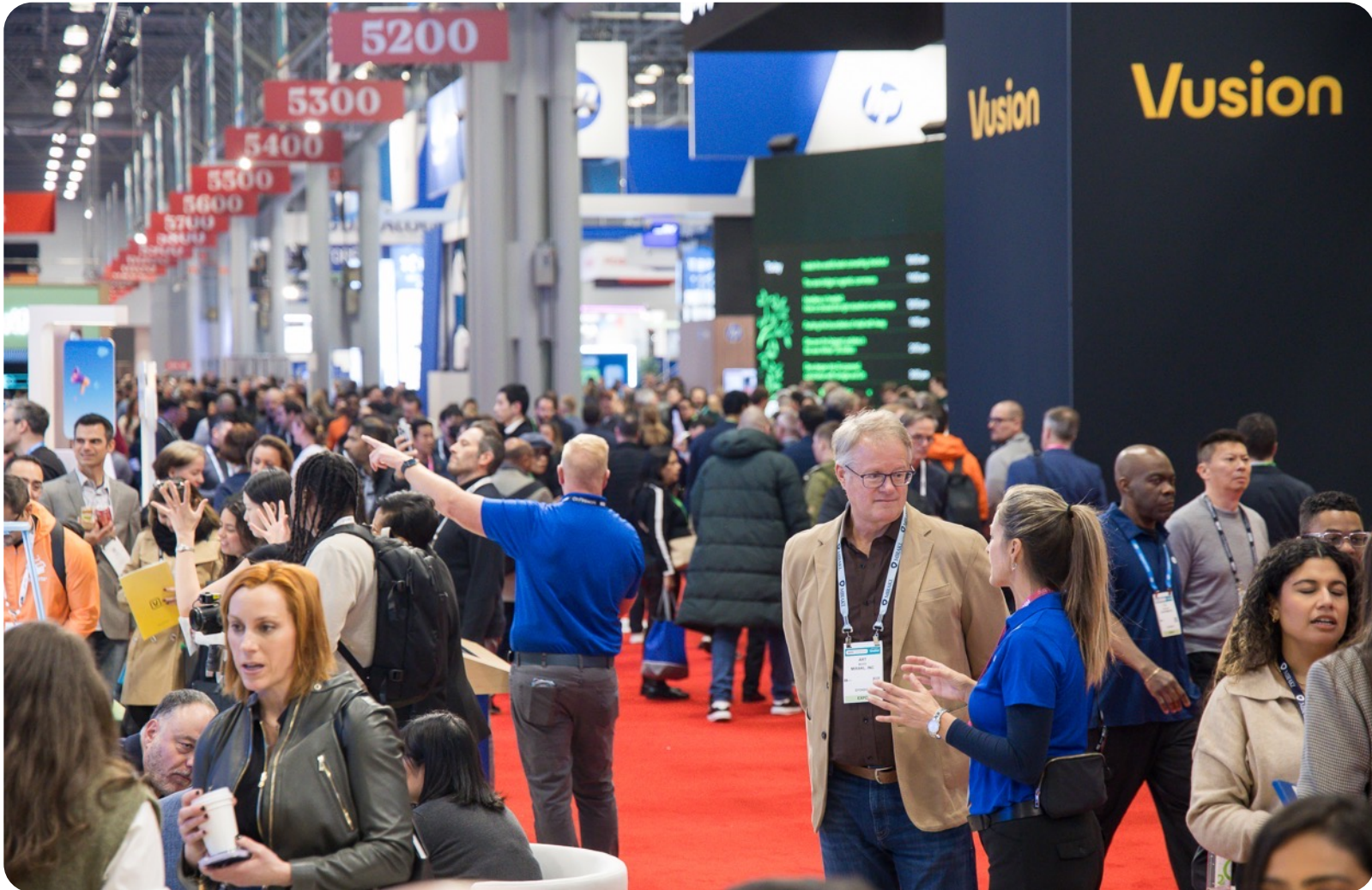
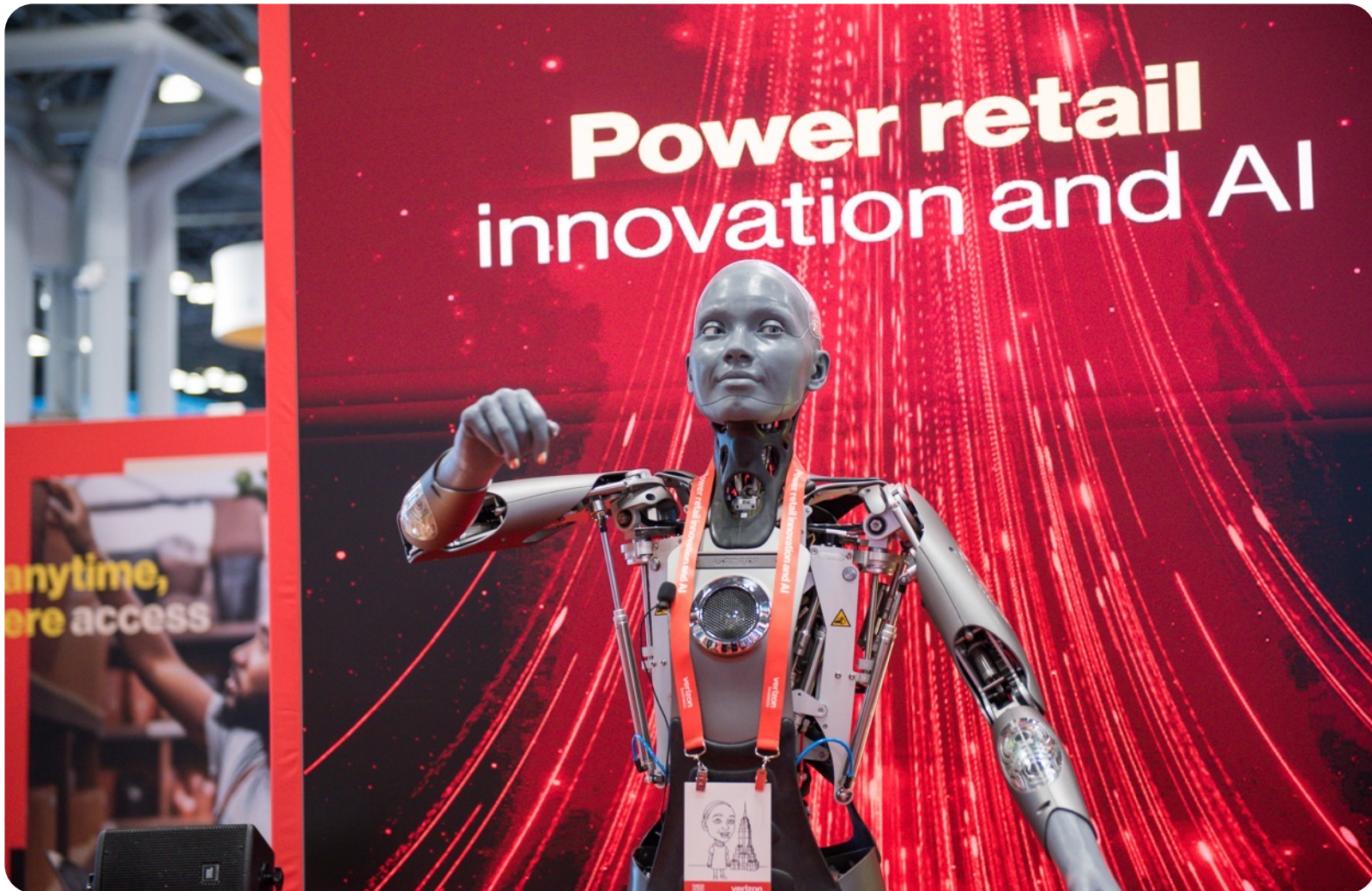
27 %

de participants
internationaux.
73 % de
participants basés
aux États-Unis.



MOINS DE THÉÂTRE DE L'INNOVATION, PLUS DE DÉPLOIEMENT

UN RÉSEAU DE RETAILERS, MARQUES, PLATEFORMES, ÉDITEURS, INTÉGRATEURS ET STARTUPS



LES ENSEIGNEMENTS MAJEURS DE LA NRF 2026

EFFICACITÉ AUTOMATISÉE, CONFIANCE HUMAINE, CROISSANCE INCRÉMENTALE



L'ère du commerce agentique

Les systèmes IA autonomes peuvent rechercher, comparer et effectuer des transactions au nom des consommateurs, en intégrant l'acte d'achat directement dans la conversation.

L'humain comme différenciateur

À mesure que l'IA absorbe les tâches répétitives, les rôles humains se recentrent sur l'expertise, la proximité et la confiance.

L'IA au cœur de l'efficacité opérationnelle

L'IA s'impose comme une infrastructure opérationnelle centrale. Elle orchestre la logistique, le pricing, les stocks et les ventes en boucles fermées.

Maturité du retail media en magasin

Le magasin physique devient un média publicitaire majeur. Grâce à la technologie, les Retail Media Networks personnalisent la publicité en point de vente.

Logistique inverse et circularité

Retours, reconditionnement et gestion de fin de vie deviennent des moteurs de profit, tout en répondant à des exigences réglementaires et clients.

Du référencement à la pertinence conversationnelle

La visibilité des produits passe d'une logique de mots-clés à une pertinence conversationnelle. La découverte devient contextuelle, guidée par l'intention et les usages.

LE COMMERCE AGENTIQUE

02



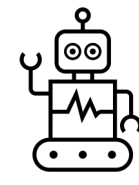
L'ÈRE DU COMMERCE PAR L'IA AGENTIQUE

DES AGENTS IA AUTONOMES PASSENT DE LA CRÉATION À L'EXÉCUTION



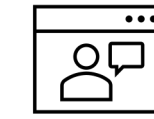
Délégation des achats

Les « mandataires numériques » remplacent progressivement l'humain pour comparer et acheter, transformant radicalement le parcours client traditionnel.



Agent-ready avant UX-ready

La performance ne repose plus sur l'interface visuelle (UX) pour l'humain, mais sur la qualité des flux de données (API) permettant aux agents de comprendre et de commander vos produits.



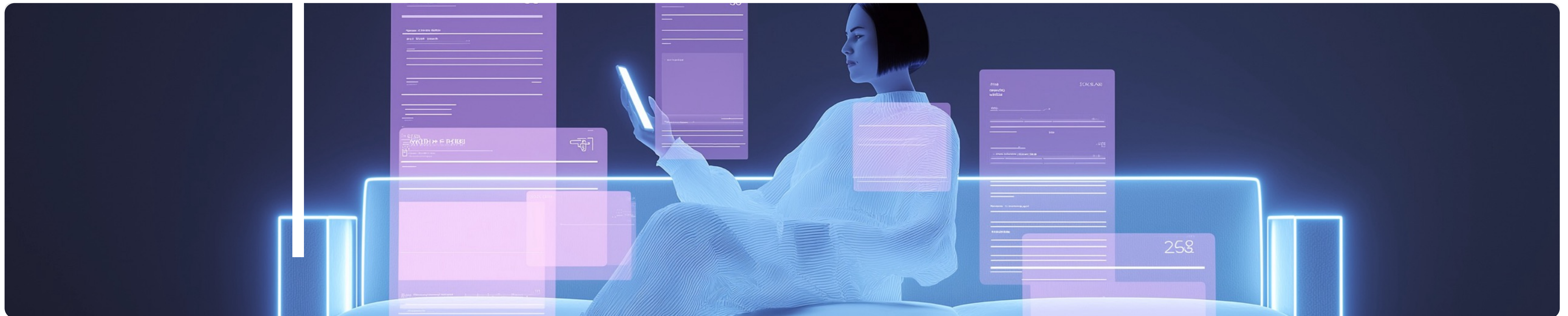
Automatisation opérationnelle 24/7

L'IA gère les stocks et les prix en temps réel, permettant aux employés de délaier l'analyse de données pour se consacrer à la stratégie globale.



Gouvernance comme avantage compétitif

La maîtrise de la sécurité (identité des agents) et de la rentabilité (ROI) sera le seul moyen de passer du gadget technologique à une croissance réelle.

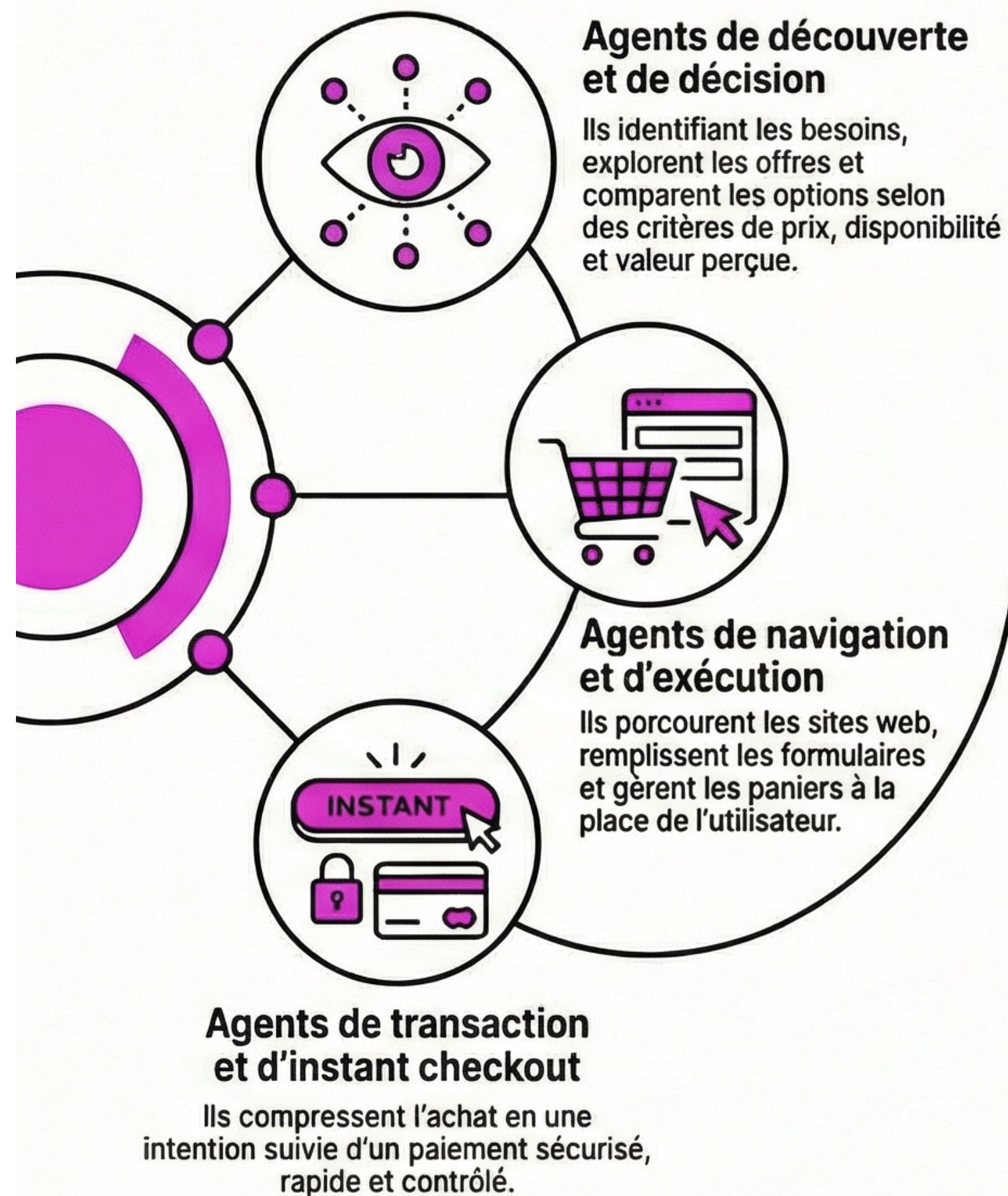


L'ÉCOSYSTÈME DES AGENTS IA DANS L'E-COMMERCE

ANALYSE DES RÔLES ET INTERACTIONS DES AGENTS SPÉCIALISÉS

L'acte d'achat

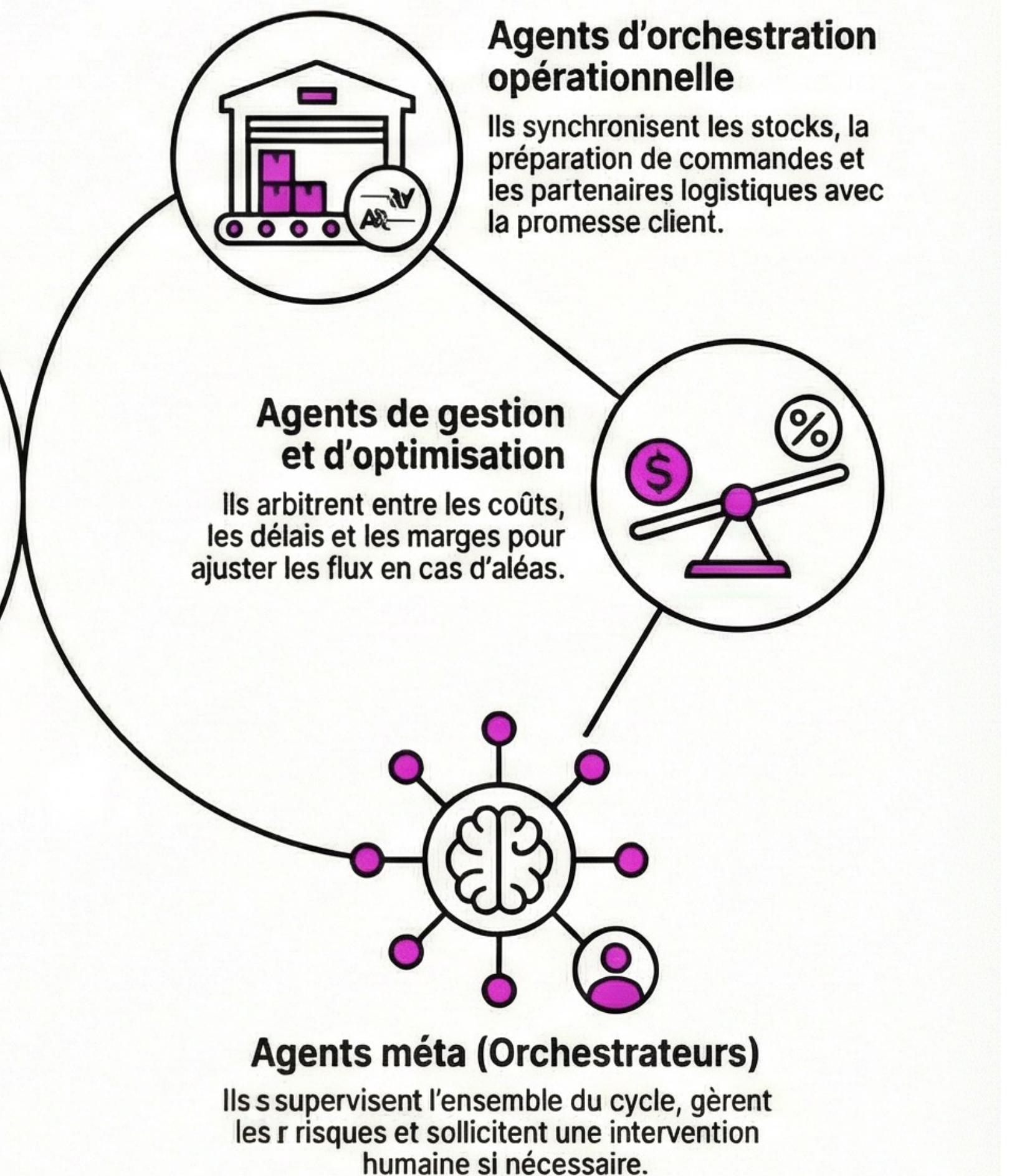
(front & transaction)



Post-achat & service client



Back-end d'exécution et d'orchestration

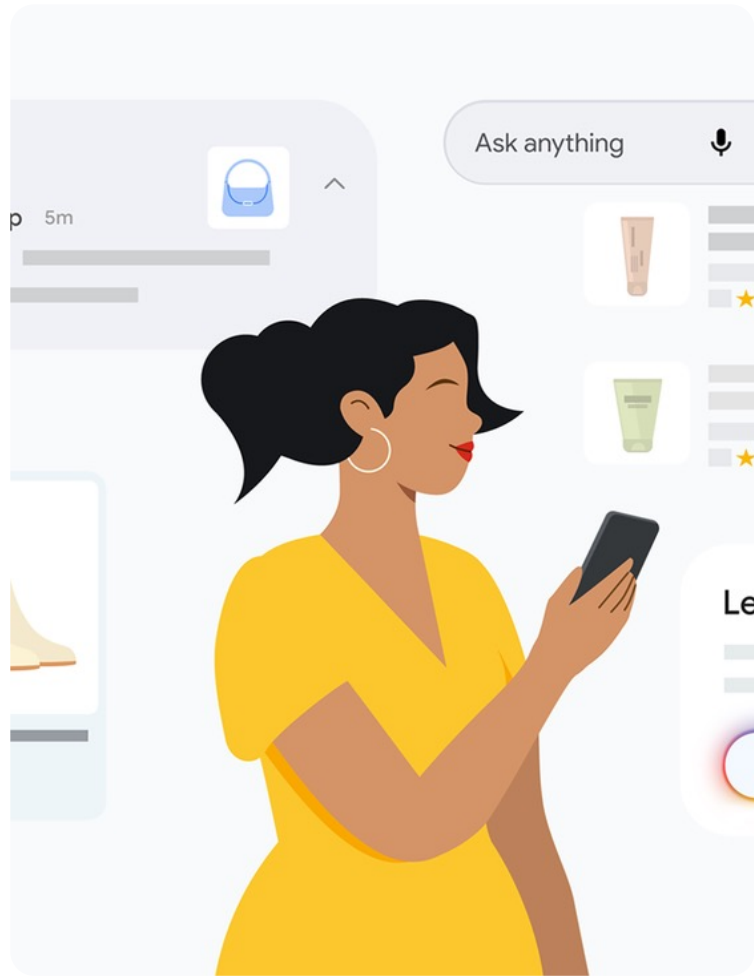


TYPOLOGIE DES AGENTS IA POUR L'ACTE D'ACHAT

CARTOGRAPHIE DES OUTILS IA SELON LE POINT DE CONTRÔLE

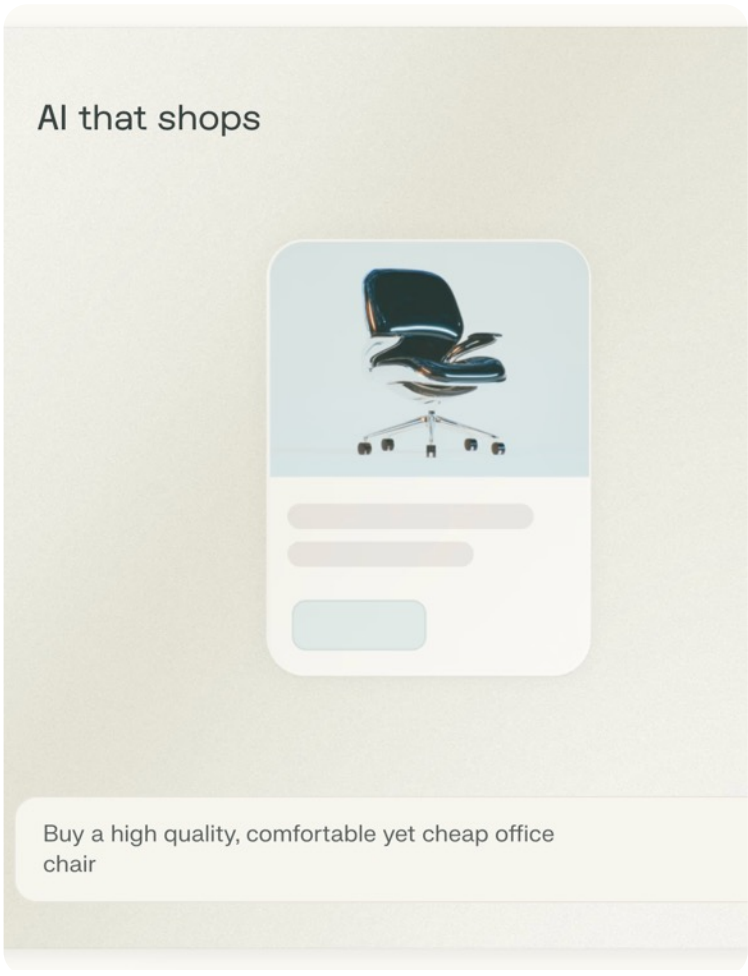
Outils IA côté acheteur

Agents d'achat personnel



Ils recherchent, comparent et achètent pour l'utilisateur, puis gèrent réassorts, abonnements, retours et budget selon ses contraintes.

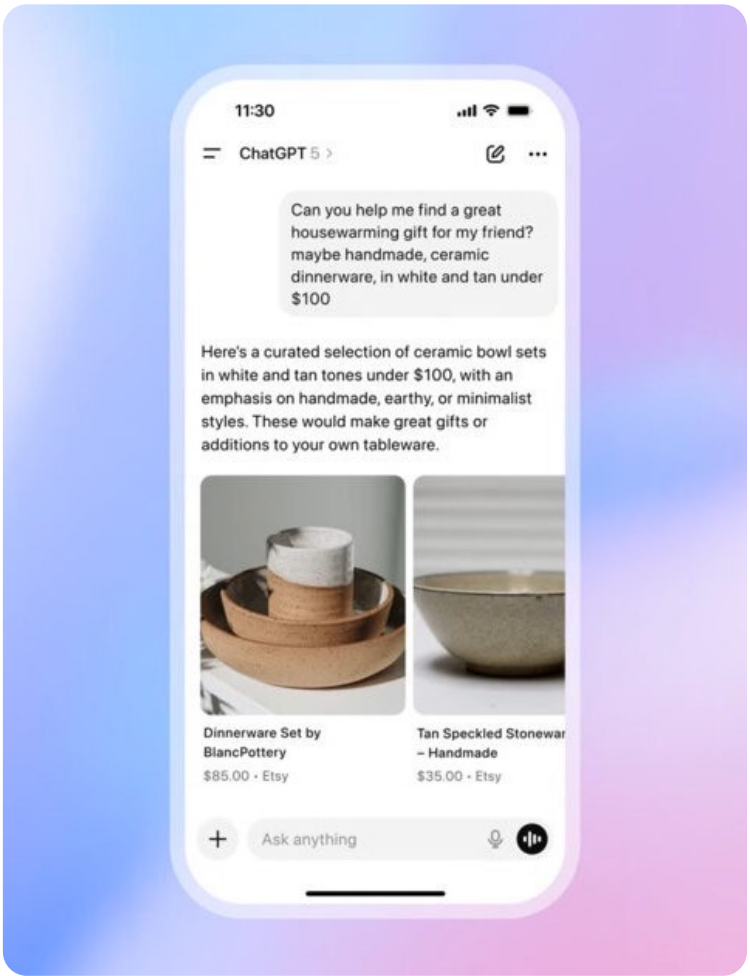
Agents de navigation agentique



Ils exécutent des parcours web multi-étapes à la place de l'utilisateur, des formulaires au panier jusqu'au paiement, avec contrôle et reprise sur erreur.

Outils IA hybride

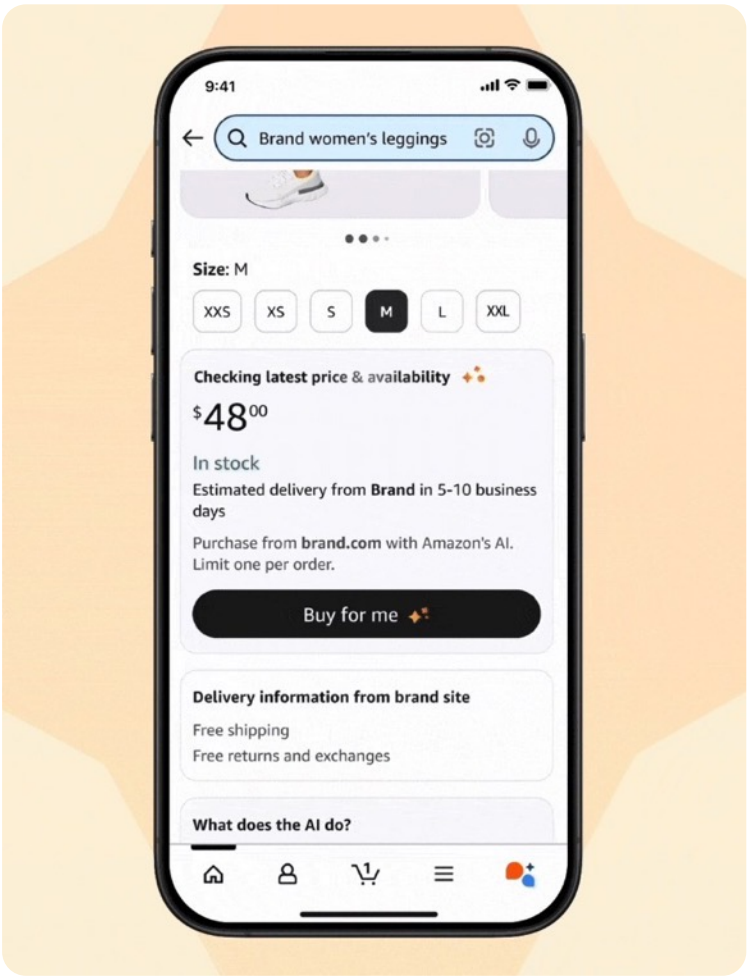
Instant checkout : agent dans le LLM



Ils réduisent l'achat à une intention puis une validation, en préparant et finalisant la transaction de façon sécurisée.

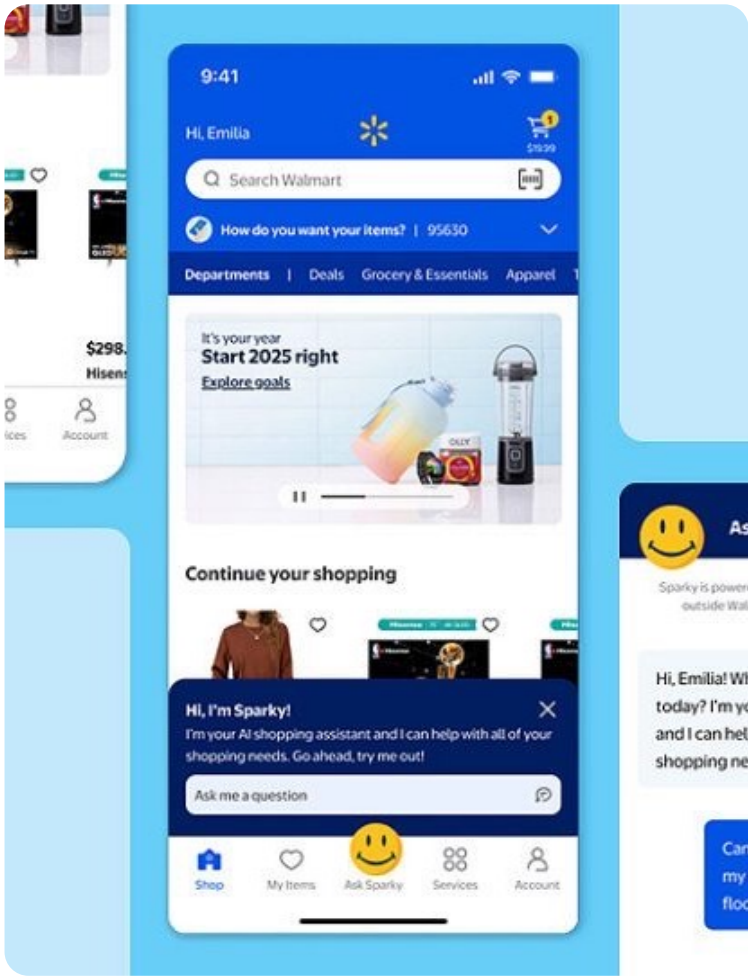
Outils IA côté vendeur

Agents de marketplace



Ils mettent en relation acheteurs et vendeurs, classent les offres, optimisent l'appariement et gèrent la confiance, la fraude et les litiges.

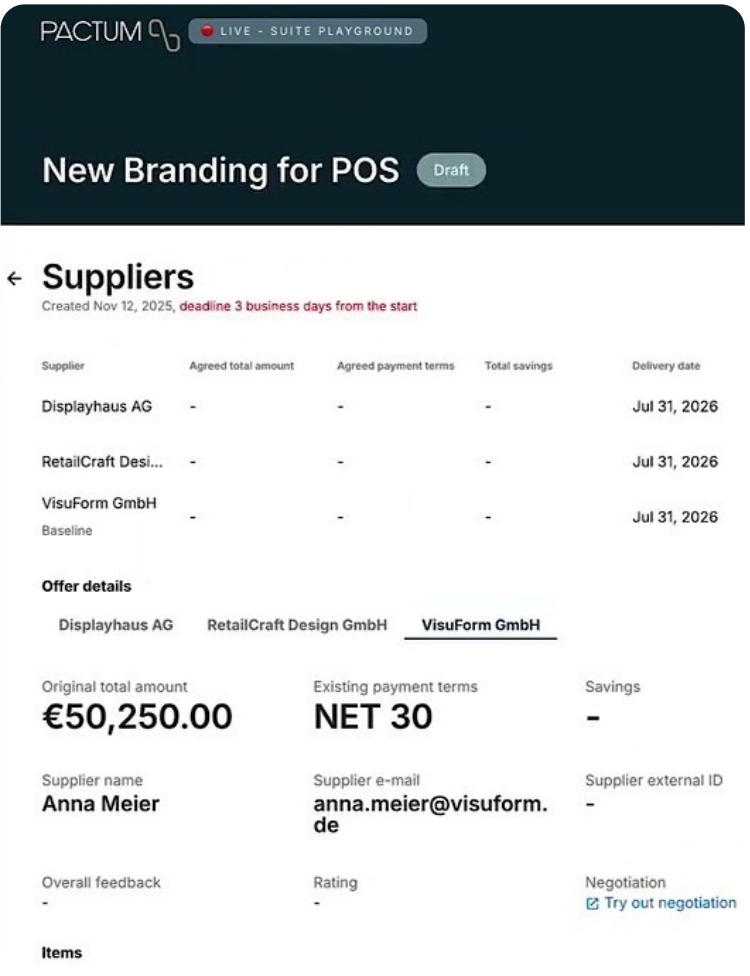
Agents côté marque ou retailer



Ils personnalisent la découverte et la vente, orchestrent recommandations et offres, et automatisent une partie du service post-achat.

Outils IA côté client B2B

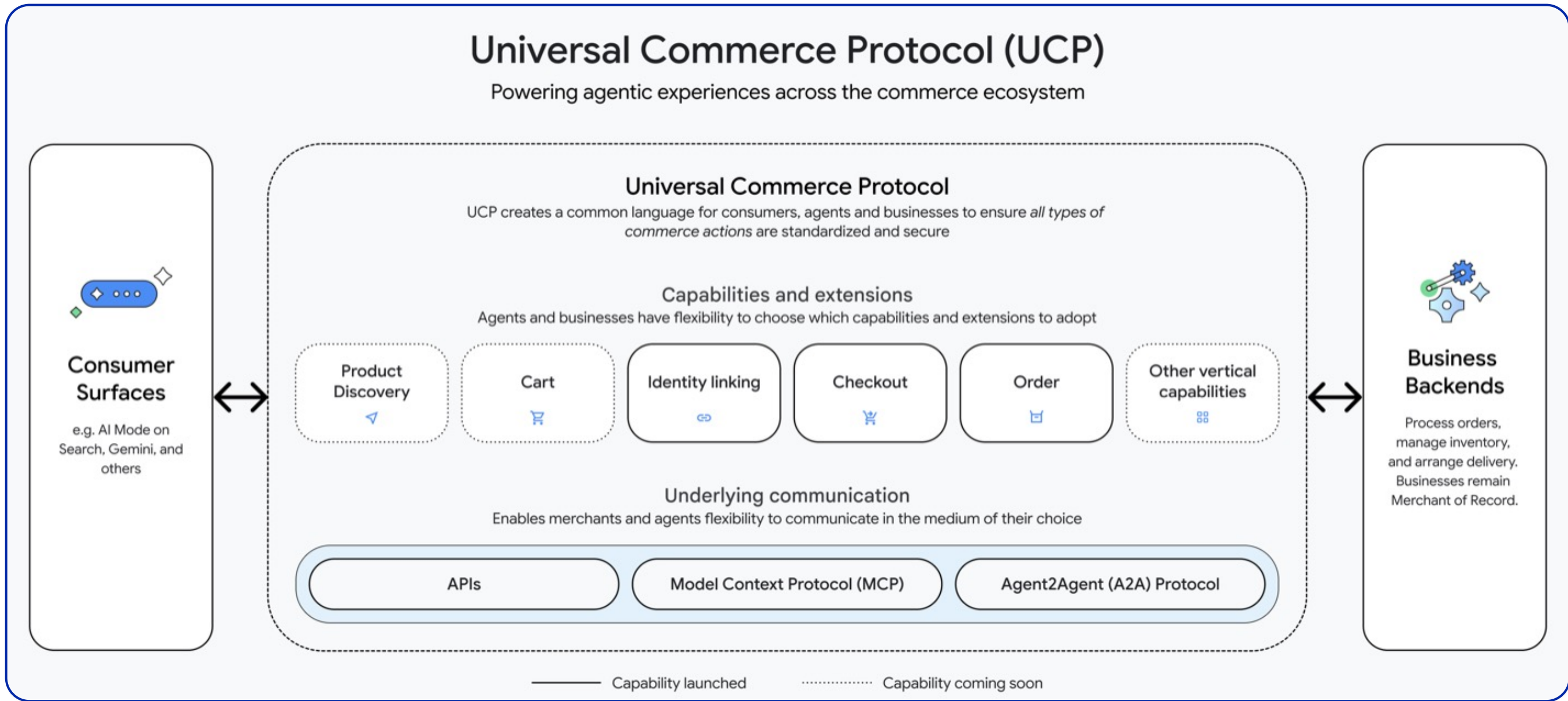
Agents B2B et procurement



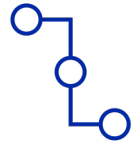
Ils automatisent sourcing et achats en entreprise, dans le respect des contrats, budgets et règles de conformité, avec négociation et pilotage des fournisseurs.

2026 : STANDARDISATION DU COMMERCE AGENTIQUE

LE UNIVERSAL COMMERCE PROTOCOL (UCP) DE GOOGLE



Le UCP est un **standard open source qui définit un langage commun et des « briques fonctionnelles » pour tout le parcours commerce** (découverte, achat, paiement, suivi de commande) entre interfaces IA, systèmes marchands et prestataires de paiement.



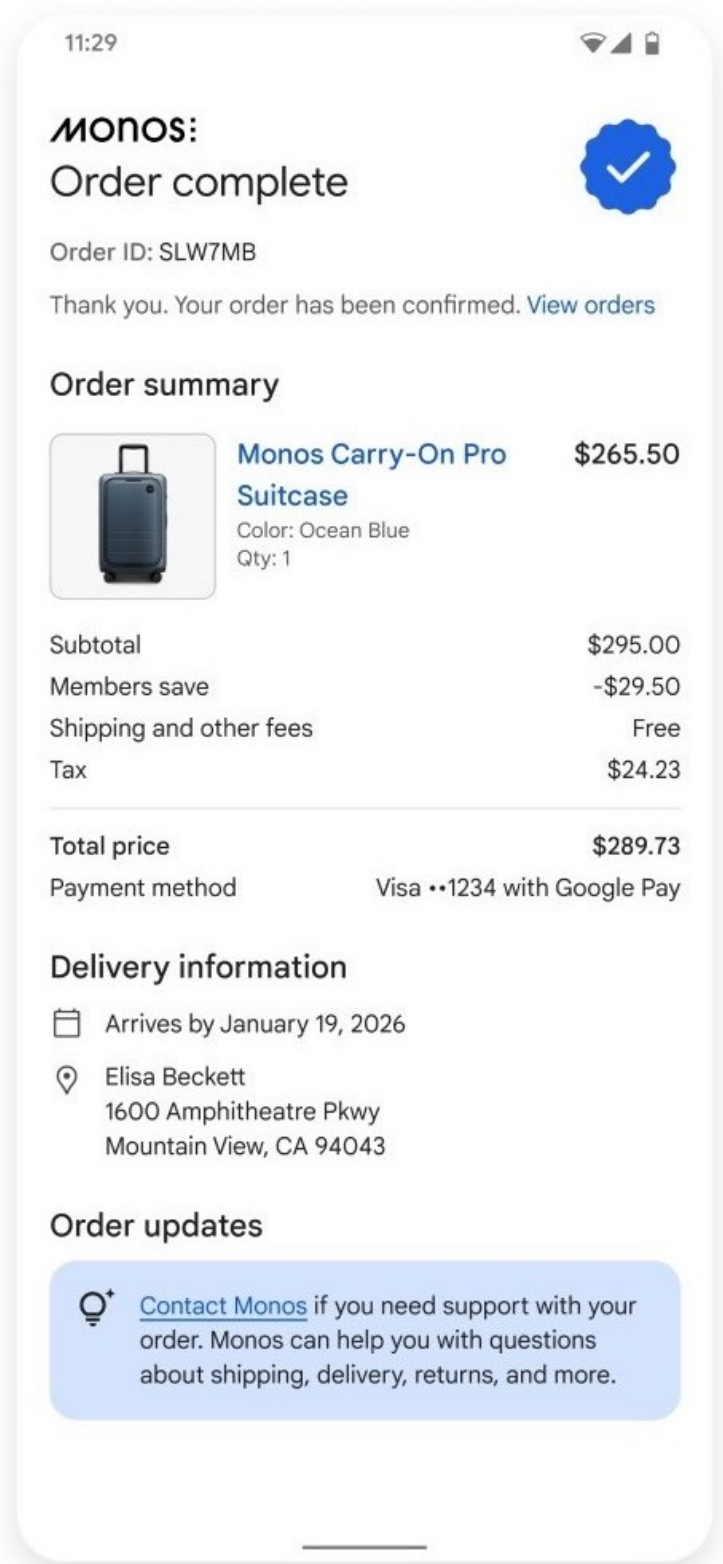
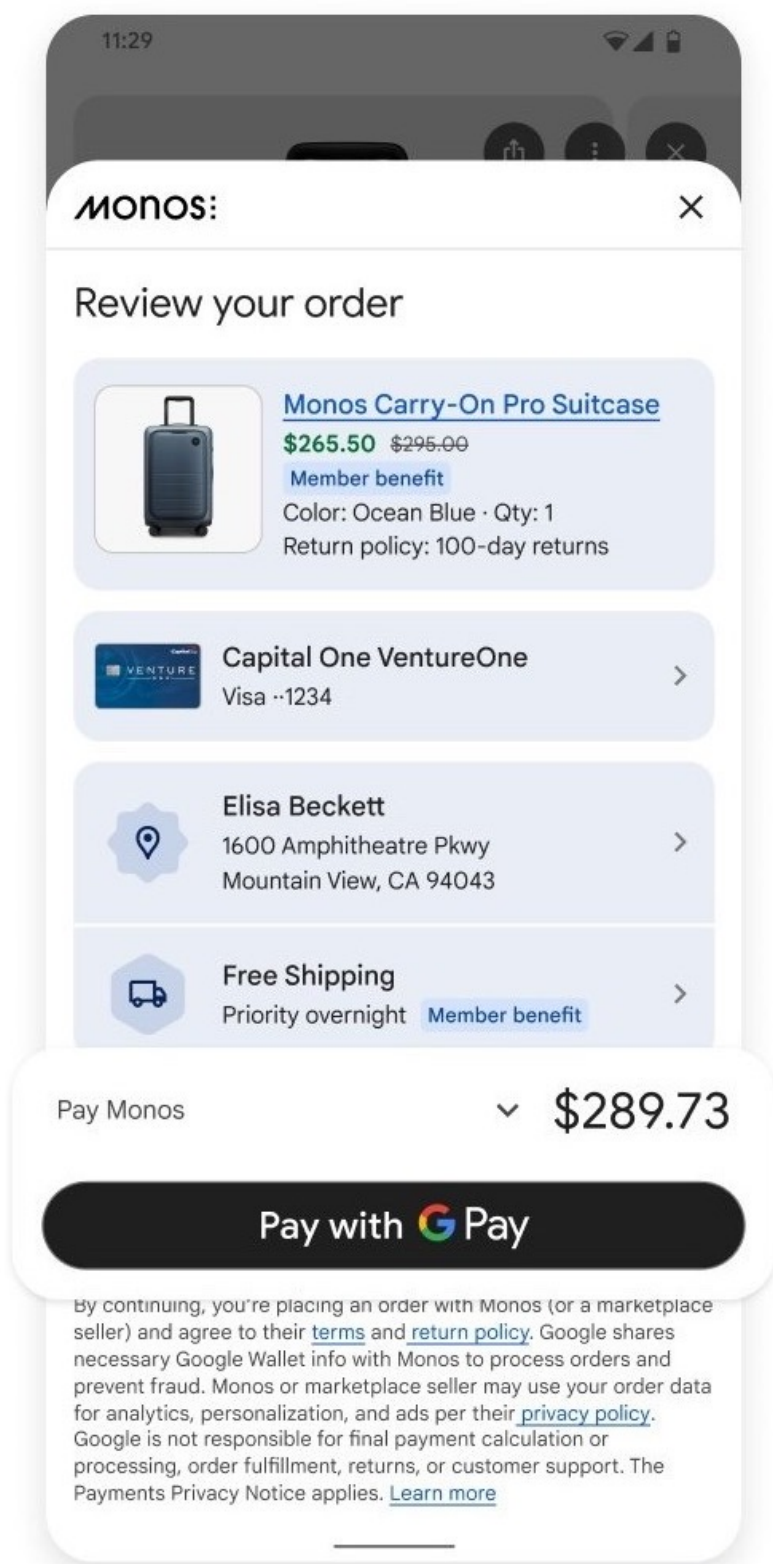
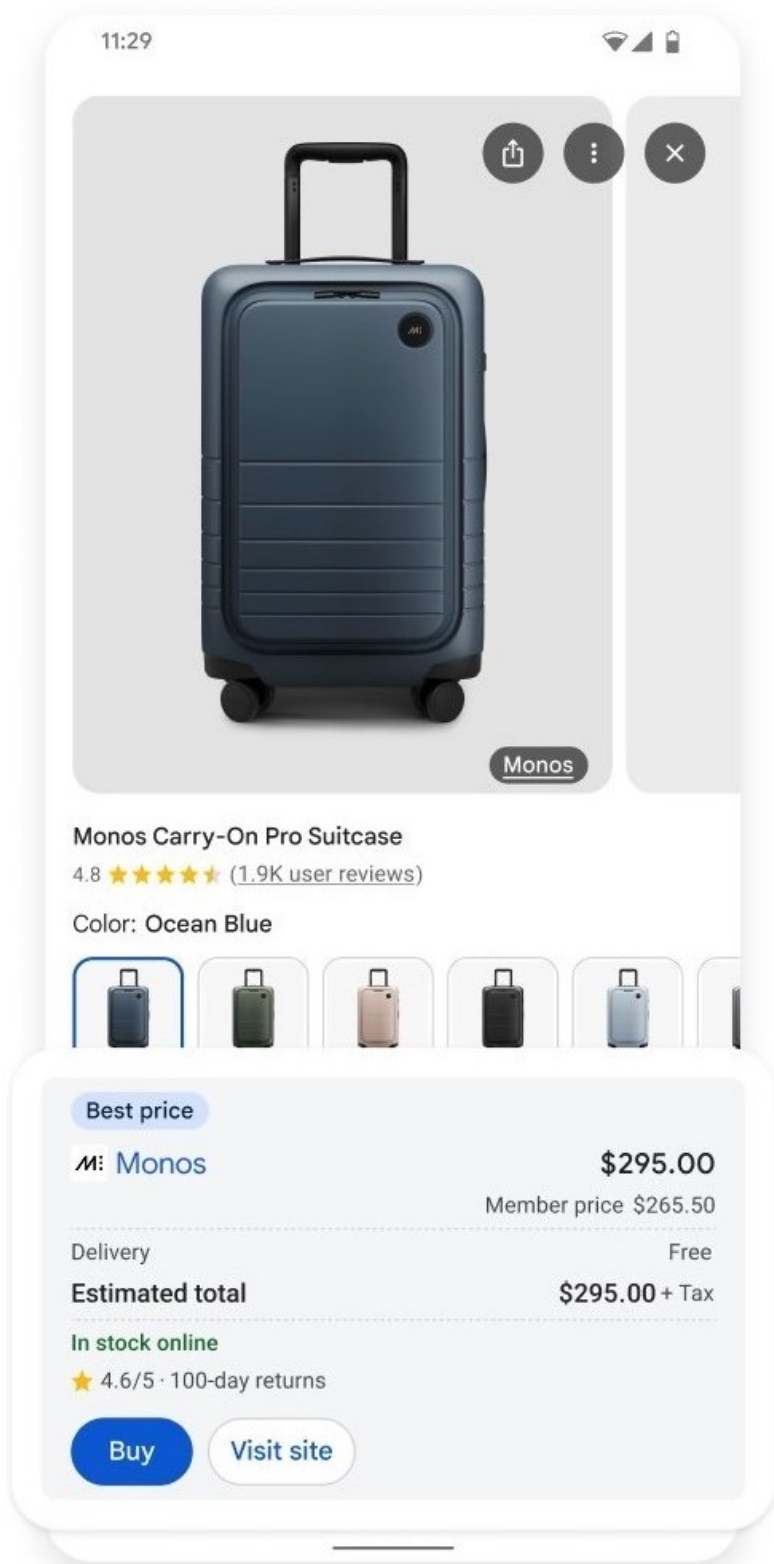
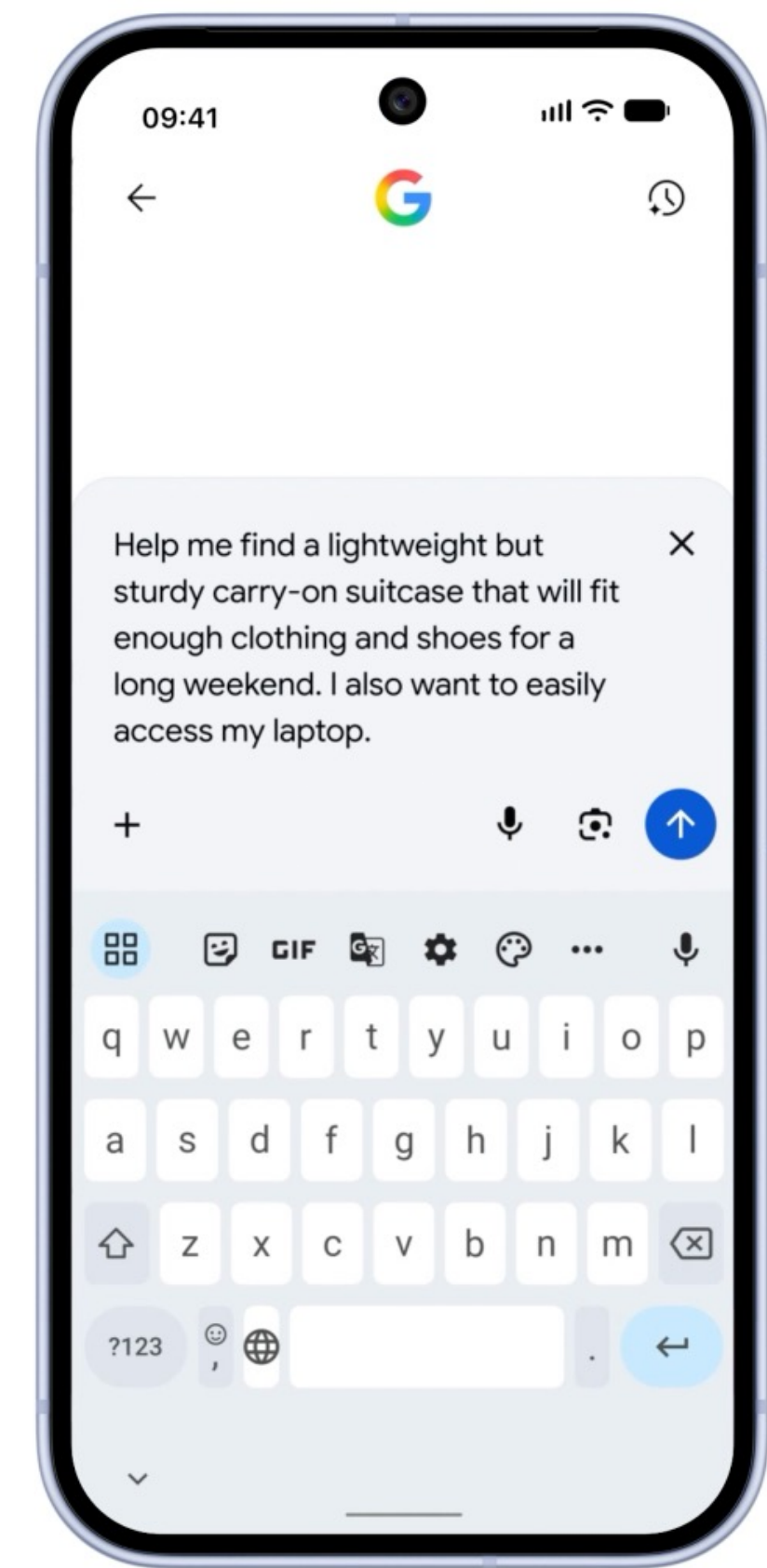
L'objectif est de **brancher des agents à l'existant via API**, avec des mécanismes de confiance/consentement utilisateur et une **compatibilité avec A2A/MCP et AP2** pour sécuriser les paiements agentiques.

Le PDG de Google, **Sundar Pichai**, a présenté l'UCP à NRF 2026.



UN PARCOURS D'ACHAT CONVERSATIONNEL ET UNIFIÉ

L'UCP PERMET AU DÉTAILLANT DE RESTER LE MARCHAND DE RÉFÉRENCE



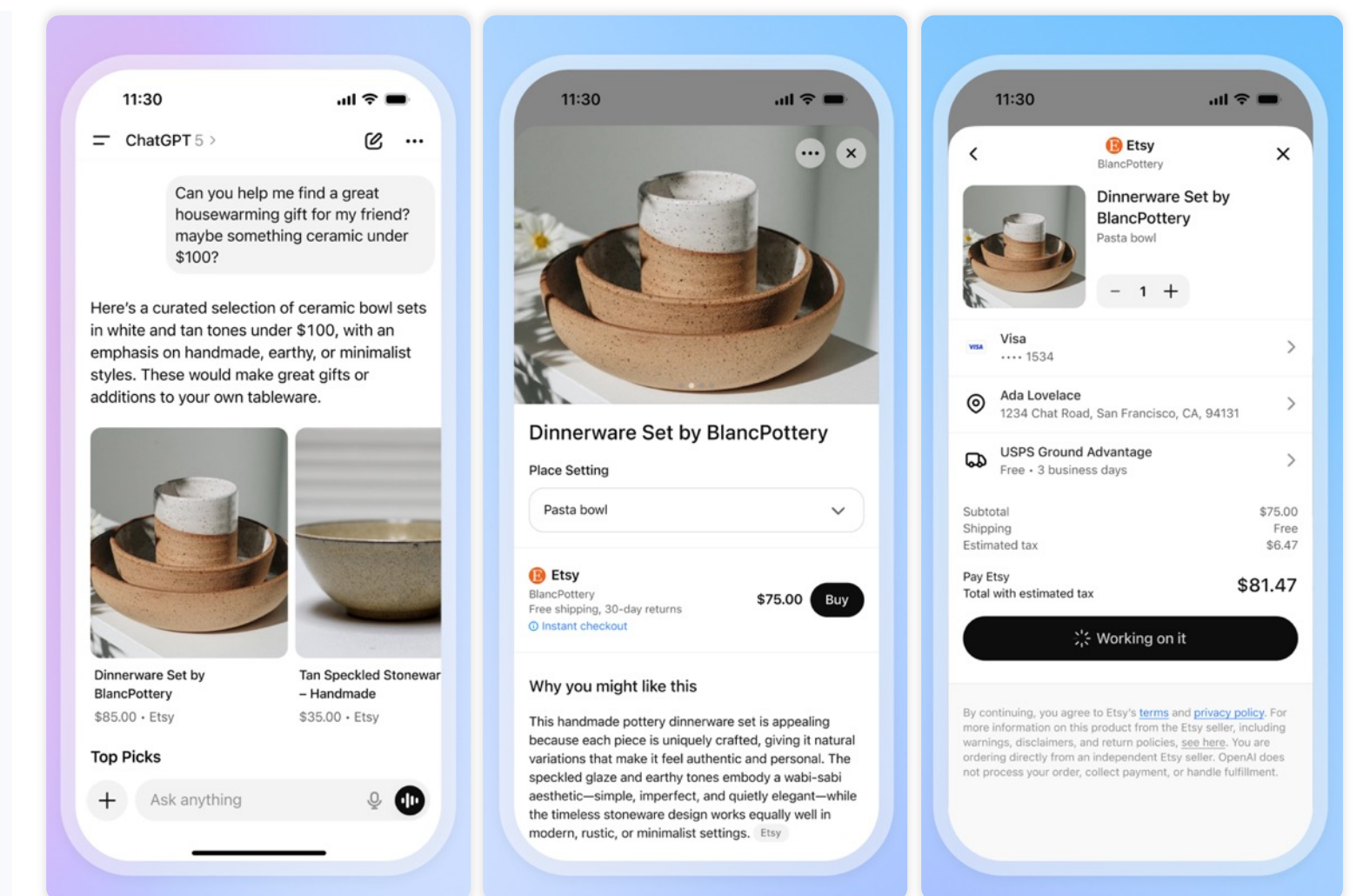
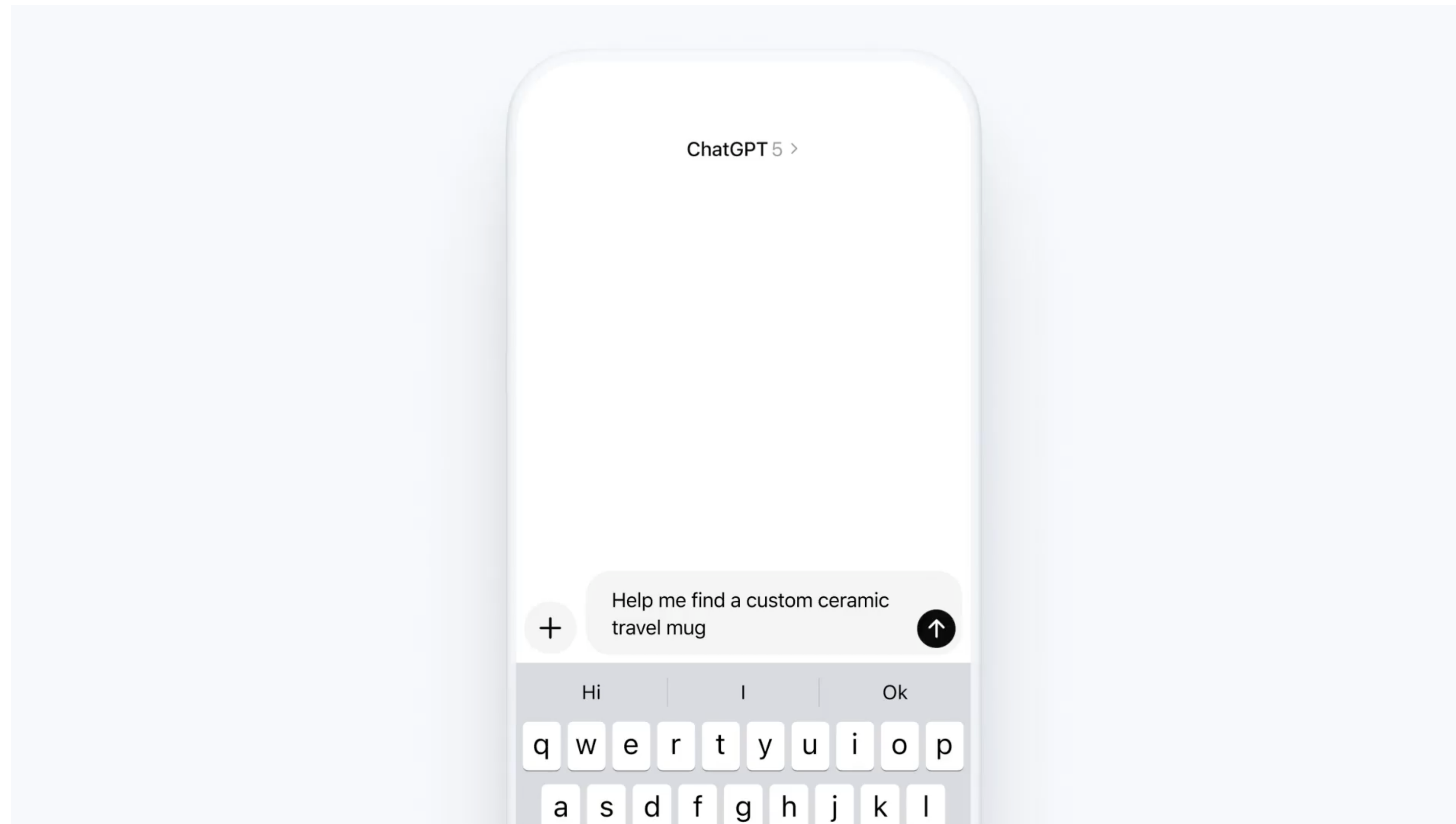
Le UCP permet aux **agents d'IA** (comme Gemini) de **rechercher, comparer et finaliser des achats directement au sein d'une conversation.**

Contrairement aux anciens « boutons d'achat » qui s'accaparaient la relation client, **l'UCP garantit que le détaillant reste le marchand de référence, conservant ainsi la relation directe et les données du client.**

Partenaires de lancement : **Walmart, Shopify, Etsy, Wayfair et Target.**

INSTANT CHECK OUT DE CHATGPT

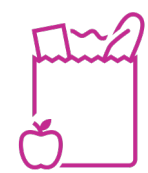
TRANSFORMER LA DÉCOUVERTE PAR L'IA EN EXPÉRIENCES D'ACHAT SANS EFFORT



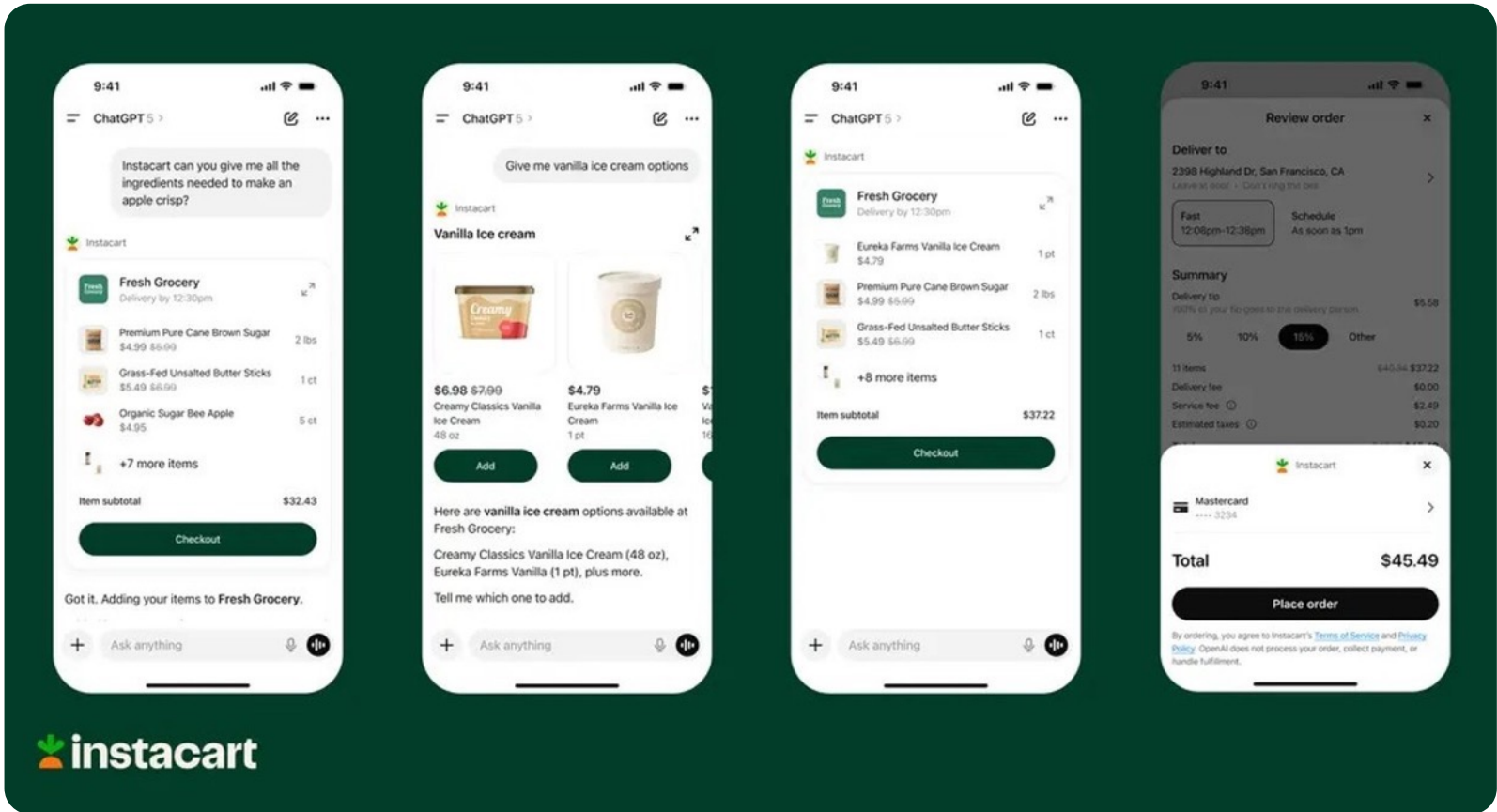
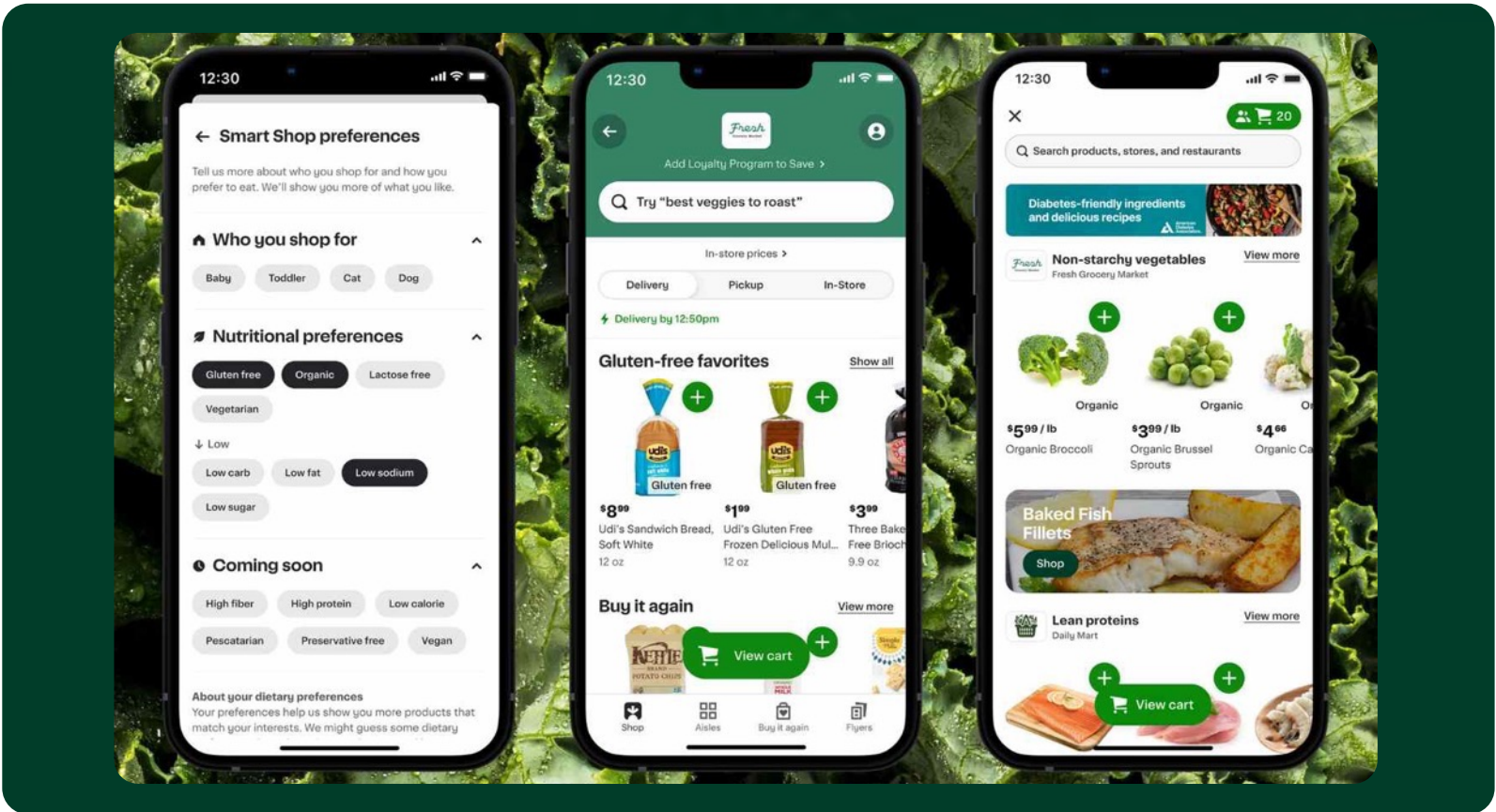
Instant Checkout est une fonctionnalité permettant d'acheter des produits directement dans la conversation, sans quitter le chat de **ChatGPT**. Les articles éligibles affichent un bouton « Acheter ».

LE SHOPPING AGENTIQUE ADAPTÉ À CHAQUE PRÉFÉRENCE

INSTACART DÉPLOIE L'EXPÉRIENCE D'ACHAT « SEAMLESS » PARTOUT

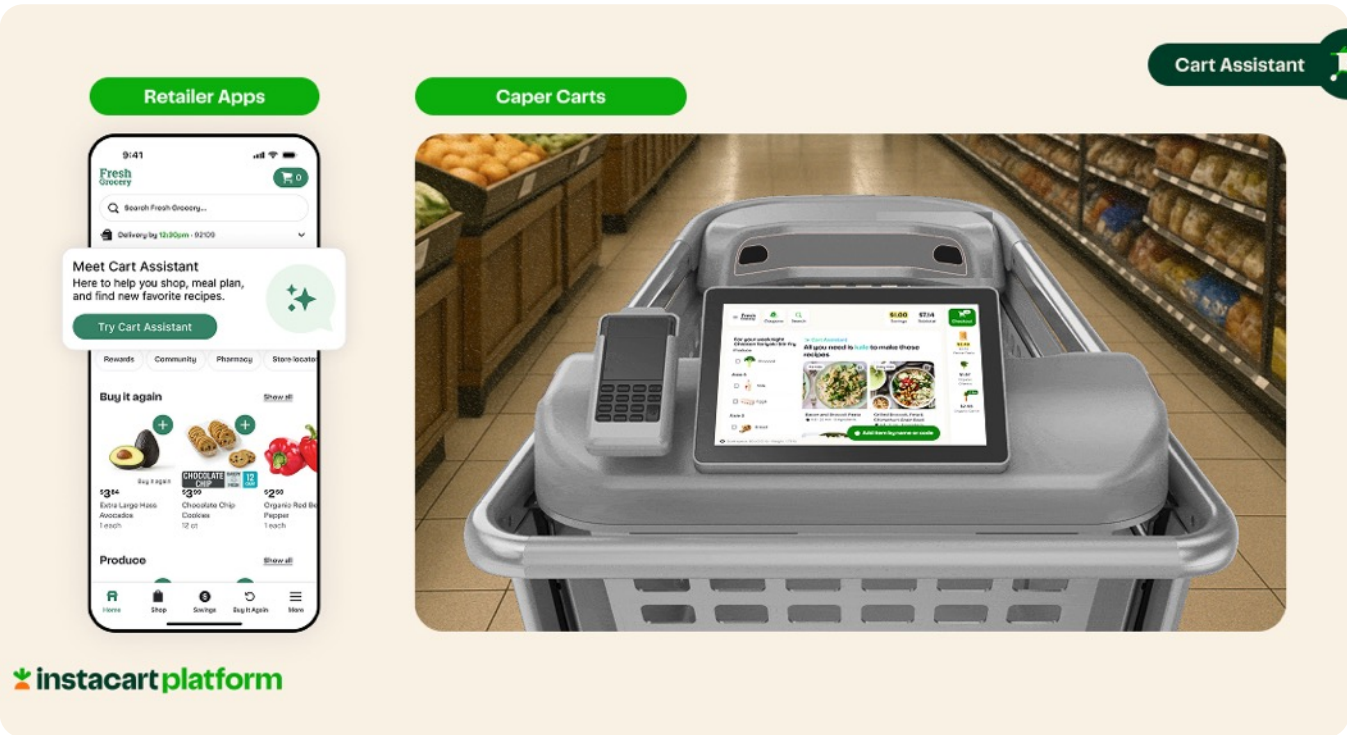


Instacart prône une approche « partout et tout le temps », permettant aux clients de choisir l'interface qui leur convient le mieux, qu'il s'agisse de leur application propre, du site d'un détaillant ou d'un partenaire.



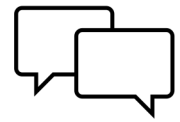
Cart Assistant est l'assistant IA conversationnel en marque blanche d'Instacart pour les retailers alimentaires. Il s'intègre en ligne (Storefront Pro) et en magasin (Caper Carts), et personnalise l'achat selon préférences et historique pour aider à planifier les repas, gérer le budget, suivre la nutrition et recommander des produits.

L'app Instacart dans **ChatGPT** transforme une conversation en achat complet : sélection d'articles chez des retailers locaux, panier prêt à valider et paiement directement dans ChatGPT via **Instant Checkout**, puis livraison via Instacart, le tout bâti sur l'Agentic Commerce Protocol et Stripe.



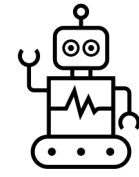
LA NOUVELLE ÈRE DE LA DÉCOUVERTE PRODUIT

DE LA RECHERCHE PAR MOTS-CLÉS AUX ASSISTANTS IA PERSONNALISÉS



La découverte devient conversationnelle

La recherche de produits se fait de plus en plus via des échanges multi-tours (besoin, contraintes, arbitrages), plutôt que par mots-clés et navigation.



Standardisation « agent-native »

En adoptant des formats de données standardisés, les marchands permettent aux agents autonomes d'analyser, comparer et recommander leurs produits en temps réel, sans friction technique.



La découverte migre vers des interfaces IA

Une part croissante de l'inspiration, du tri et de la comparaison se déroule directement dans des assistants conversationnels, en amont (ou à la place) du site e-commerce.



De l'indexation à l'intention

La performance en *discovery* dépend de la richesse et de la structuration des attributs, afin de répondre à des requêtes en langage naturel.



Vendeurs IA, nouveau canal de découverte

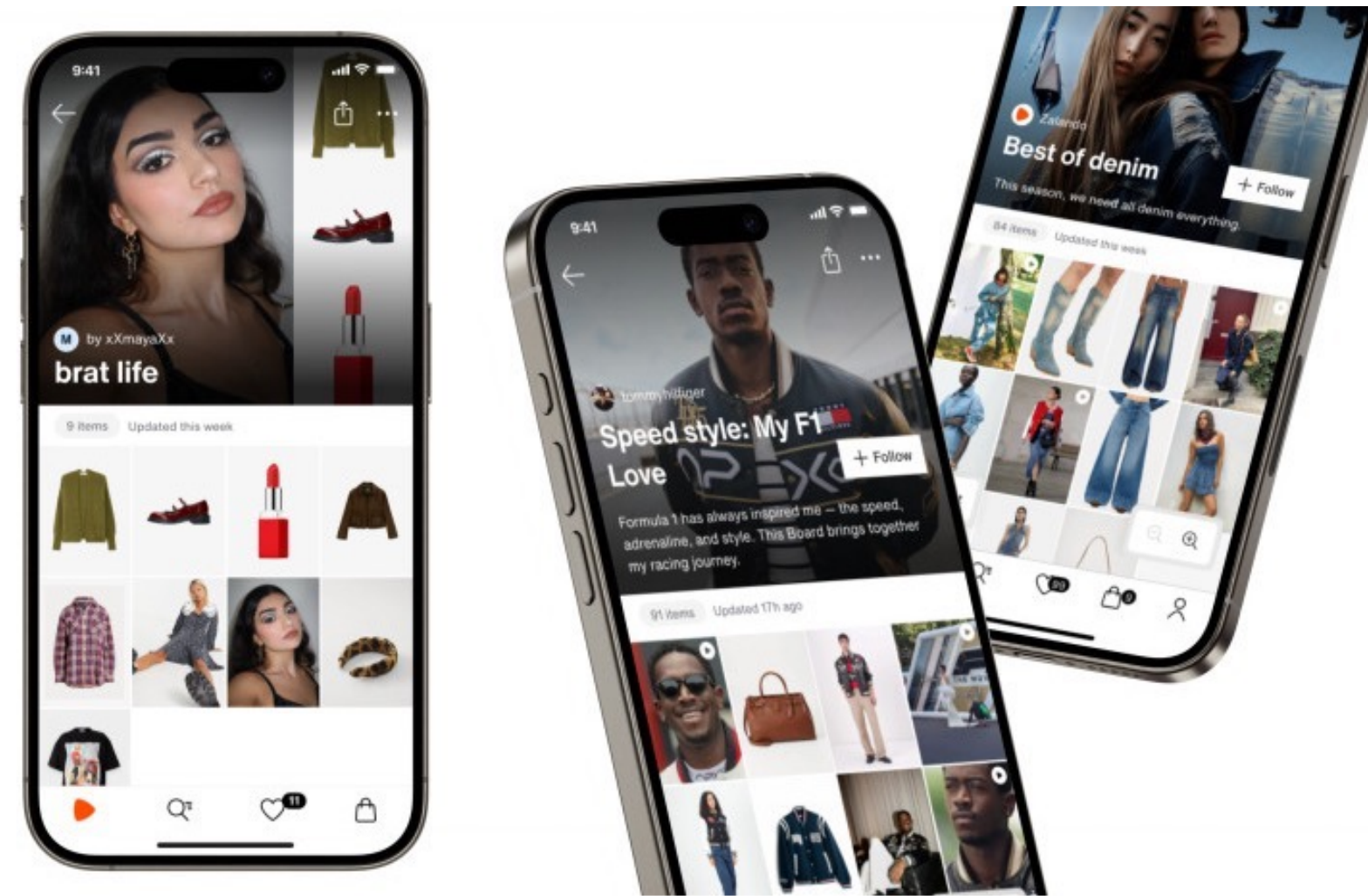
Les enseignes déploient des agents alignés sur la voix de la marque pour guider, répondre aux questions et recommander.



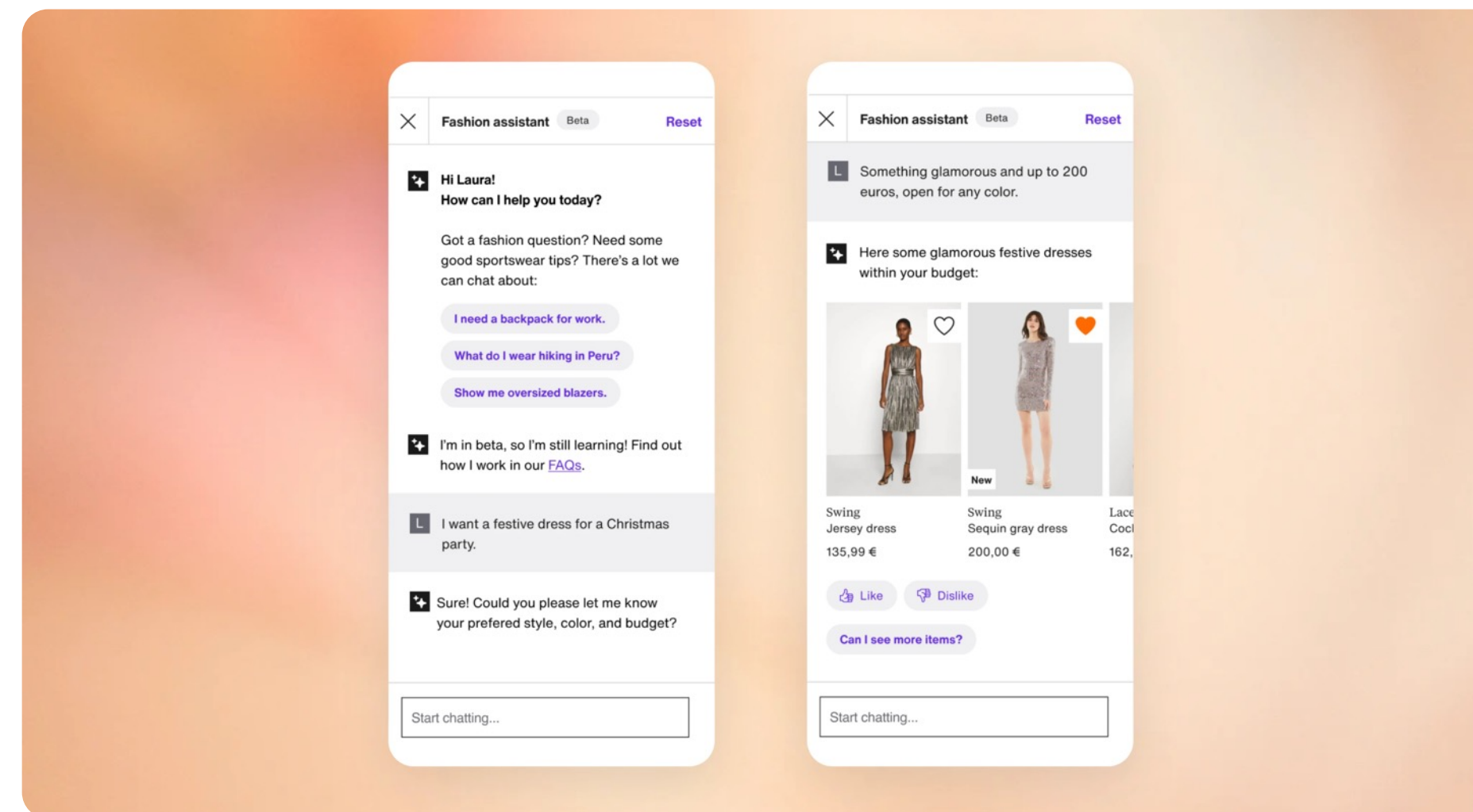
ZALANDO BASCULE VERS LA DÉCOUVERTE PILOTÉE PAR L'IA

UN FEED PERSONNALISÉ, DES CONTENUS INDUSTRIALISÉS ET UN CATALOGUE « AGENT-READY »

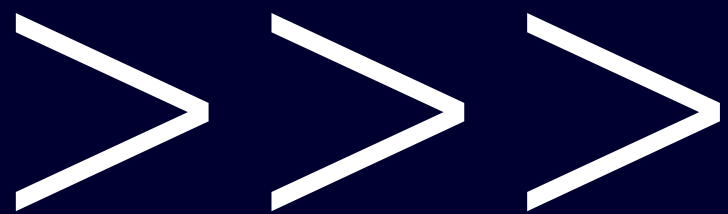
Zalando a révélé que 80 % de son contenu marketing éditorial est désormais généré par l'IA. Ils utilisent **l'IA pour traduire et adapter** les descriptions de produits sur 29 marchés, garantissant ainsi la prise en compte des nuances locales **afin que les agents IA puissent correctement catégoriser et « découvrir » ses articles.**



Zalando fait évoluer l'app d'un modèle « catalogue transactionnel » vers **une expérience de découverte dopée à l'IA, de type feed, personnalisée en temps réel**, conçue pour capter l'exploration. Le feed agrège boards, recommandations, vidéo shoppable, livestreams, campagnes et contenus brands et créateurs.



***Vous avez lu 12% du rapport,
pour aller plus loin...***



Téléchargez le rapport complet



Le rapport « Tendances commerce & retail » contient :

- **Tendances structurantes qui redéfinissent le commerce et le retail** : l'IA comme système d'exploitation du commerce, l'émergence du commerce agentique, la transformation de la découverte, du clienteling et de la fidélisation, et la renaissance du magasin comme plateforme omnicanale, média et logistique.
- **Cas d'usage concrets et solutions activables**, applicables à l'ensemble de la chaîne de valeur, dans divers secteurs.
- **215 pages pleines d'insights exploitables** et de recommandations stratégiques.



Pour en savoir plus
contactez-nous

Adeline JOUANNE
Directrice Membership
adeline.jouanne@hubinstitute.com



Adhérez au HUB Institute

GARDEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR VOTRE SECTEUR



4 raisons de devenir membre

- **Une optimisation de votre veille stratégique**

Accédez à un condensé d'innovations et de tendances clés au niveau international, conçu pour vous faire gagner du temps et répondre à vos enjeux.

- **Des rencontres clés**

Notre équipe sélectionne pour vous les acteurs les pertinents et organise vos rencontres pour des échanges ciblés et efficaces.

- **Un accès direct aux analystes**

Nos experts repèrent des cas d'usage pertinents et vous offrent des analyses personnalisées pour accélérer vos décisions.

- **Des événements adaptés à vos enjeux**

Des rendez-vous pensés pour s'adapter à votre agenda et vous offrir des échanges de qualité entre pairs.

Plus de 120 entreprises sont déjà membres



Pour en savoir plus
contactez-nous

Adeline JOUANNE

Directrice Membership

adeline.jouanne@hubinstitute.com



Organisez une Learning Expedition pour anticiper les tendances

UNE VISITE SUR MESURE DANS LES SALONS DE L'INNOVATION OU DES VILLES INNOVANTES



Prenez de l'avance avec les salons de l'innovation les plus influents :



Immergez-vous dans les villes les plus innovantes :



Pour en savoir plus
contactez-nous

Karine MANCEL
Manager Learning Expedition
karine.mancel@hubinstitute.com



Partagez votre expertise à nos communautés de décideurs

SOYEZ PARTIE PRENANTE DE NOS ÉVÉNEMENTS



Programme événementiel 2026

JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.
			 AI For Efficiency 15 avril 2026			 Luxe Intelligenc.ia 1 ^{er} juillet 2026		 Cities & Gov 22 sept. 2026	 Fight Back to Growth 1 ^{er} oct. 2026		
	 Omnichannel Commerce & CX 5 février 2026	 Work & Productivity 19 mars 2026								 Banking & Insurance 5 nov. 2026	
	 Post CES & NRF 4 février 2026		 HUBFORUM 14 avril 2026		 Luxe Intelligenc.ia 30 juin 2026	 Post VivaTech 6 juillet 2026		 HUBFORUM 30 sept. 2026			 Best of Insights '26 & Prospective '27 1 ^{er} déc. 2026

Next HUBFORUM



Pour en savoir plus
contactez-nous

Guillaume REVÉREULT
Event Sales Manager
guillaume.revereault@hubinstitute.com



CRÉDITS

Ce HUB Report est réalisé par le HUB Institute.
Chargés d'étude : Laureano Mon, Mathias Desroches.
Avec l'aide de toutes les équipes du HUB Institute.
Sous la direction de : Emmanuel Vivier.

Ce HUB Report est la propriété du HUB Institute.
Aucun élément protégé par le droit d'auteur ne peut être reproduit,
redistribué ou transféré sans l'accord préalable du HUB Institute.
Les HUB Reports sont disponibles pour les membres du HUB Institute
à des fins internes uniquement.

Les images illustrant ce HUB Report sont générées via des outils d'IA
générative.



www.hubinstitute.com