

Etude européenne sur le commerce agentique¹

310 milliards d'euros de transactions e-commerce pourraient être assistées par l'IA agentique d'ici 10 ans en Europe

- Sopra Steria publie la première étude européenne dédiée au commerce agentique, fondée sur un sondage exclusif auprès de 8 400 consommateurs dans huit pays.
- Le marché européen potentiel dépasse 310 milliards d'euros — et la bataille ne se jouera pas sur la technologie, mais sur la confiance : 41 % des Européens ne font encore confiance à aucun acteur pour leur fournir un agent d'achat.
- Conformément à leur position d'acteurs de confiance, les banques arrivent en tête des acteurs jugés légitimes par les consommateurs européens.

Paris, le 6 mai 2026 – Sopra Steria dévoile les résultats d'une enquête inédite sur le commerce agentique en Europe, menée auprès de 8 400 consommateurs dans huit pays (France, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne, Pays-Bas, Norvège). En Europe, 310 milliards d'euros de transactions pourraient être assistés par des agents IA d'ici dix ans.

Quelques chiffres clés :

- 74% des consommateurs européens disent encore rencontrer des difficultés lors de leurs achats en ligne.
- 55% des Européens ont déjà entendu parler du commerce agentique.
- 45% se disent prêts à déléguer leurs achats en électronique et high-tech, contre seulement 16% pour la santé et les courses alimentaires.
- 27% estiment que les banques sont les acteurs les plus légitimes pour développer ces agents d'achat.

Une Europe à deux vitesses face au commerce agentique, tirée par les pays du Nord

Selon l'enquête menée par Sopra Steria, la notoriété du commerce agentique est déjà très bonne en Europe, mais avec des variations selon les pays. Plus d'un Européen sur deux, soit 55%, déclare avoir déjà entendu parler de ce sujet, et 13% disent bien le connaître. Les pays du Nord se distinguent nettement, avec 76% de notoriété en Norvège et 68% aux Pays-Bas, contre 61% en Allemagne et 58% au Royaume-Uni. À l'inverse, plusieurs marchés d'Europe du Sud, ainsi que la France (38%) et la Belgique (44%), restent encore en retrait.

¹ Le commerce agentique désigne la délégation d'actes d'achat à des agents IA autonomes, capables d'assurer l'ensemble du parcours : recherche, comparaison, négociation, paiement, service après-vente.

Cette dynamique s'inscrit dans un contexte où l'e-commerce est maintenant adopté partout (seulement 2 % des personnes interrogées en Europe n'effectuent jamais d'achat en ligne), avec des nuances selon les pays – en Allemagne, 36% des répondants achètent en ligne chaque semaine, contre 19% en France. Dans les marchés les plus matures, les innovations liées à l'IA ont donc davantage de chance d'être adoptées rapidement, car elles prolongent des usages déjà bien installés.

L'IA séduit pour mieux choisir, mais les Européens hésitent encore à lui déléguer leurs achats

Pour les consommateurs européens, l'enquête révèle que l'intelligence artificielle est avant tout perçue comme un outil d'aide à la décision. Elle doit leur permettre de faire de meilleurs choix pour 31% d'entre eux, de gagner du temps pour 23% et d'optimiser leurs dépenses pour 22%. Cette attente est particulièrement forte dans des pays comme la France ou l'Italie, où l'IA est d'abord envisagée comme un moyen de mieux arbitrer. En Allemagne, elle est davantage associée à un gain d'efficacité et de rapidité dans le parcours d'achat. À l'inverse, près d'un Européen sur cinq, soit 21%, ne perçoit pas encore d'amélioration concrète.

L'enquête indique par ailleurs que les consommateurs se montrent plus enclins à déléguer des achats à un agent IA dans des certaines catégories : 45 % pour l'électronique/high-tech, 39 % pour l'énergie et 36 % pour les assurances, contre 22% pour les services financiers (épargne, crédit, assurances) et 16% pour la santé et les courses alimentaires. Cette prudence est particulièrement marquée en France, au Royaume-Uni, en Espagne et en Belgique, alors que l'Allemagne et la Norvège se montrent plus ouverts.

Les banques, détentrices de la relation de confiance

27 % des Européens citent les banques comme les acteurs les plus légitimes pour développer un agent d'achat personnel, loin devant les startups tech européennes (14 %) et les géants américains (10 %). Les grands distributeurs européens ferment la marche avec seulement 6 %.

La logique est simple : dans un modèle où l'agent engage des paiements au nom du consommateur, la confiance dans l'infrastructure financière prime. Les banques détiennent la relation client, la donnée financière et les systèmes de paiement. C'est un avantage que les acteurs technologiques ne peuvent pas simplement racheter.

« Les banques disposent d'un avantage réel sur ce marché. Deux priorités s'imposent dès maintenant : rendre leurs moyens de paiement compatibles avec les agents IA, et proposer aux e-commerçants des services d'authentification des agents. Leur légitimité est reconnue — il s'agit de la transformer en offres concrètes », commente Mung Ki Woo, Chief Digital & Innovation Officer du vertical Services Financiers, Sopra Steria.

« Notre étude est claire : en Europe, le problème n'est pas l'intérêt — il est la confiance. 41 % des consommateurs ne font confiance à aucun acteur aujourd'hui pour leur fournir un agent d'achat. C'est un marché ouvert, avec des positions encore à prendre. Et le résultat sur les banques le confirme : dans le commerce agentique, l'avantage décisif n'est pas la puissance du modèle d'IA — c'est la légitimité que le consommateur vous accorde », ajoute Ayman Awada, Directeur exécutif du Vertical Services Financiers du groupe Sopra Steria.

[Cliquez ici pour découvrir l'étude dans son intégralité.](#)

Méthodologie de l'enquête : réalisée par Cluster17 pour Sopra Steria Group en février 2026 auprès de 8 400 consommateurs dans huit pays européens (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni). L'échantillon est représentatif de la population adulte de chaque pays en termes d'âge, de genre et de région.

À propos de Sopra Steria

Sopra Steria, acteur majeur de la Tech en Europe, avec 51 000 collaborateurs dans près de 30 pays, est reconnu pour ses activités de conseil, de services et solutions numériques. Il aide ses clients à mener leur transformation digitale et à obtenir des bénéfices concrets et durables. Le Groupe apporte une réponse globale aux enjeux de compétitivité des grandes entreprises et organisations, en combinant une connaissance approfondie des secteurs d'activité et des technologies à une approche collaborative. Sopra Steria place l'humain au cœur de son action et s'engage auprès de ses clients à tirer le meilleur parti du numérique pour construire un avenir positif. En 2025, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'euros.

The world is how we shape it*

Sopra Steria (SOP) est coté sur Euronext Paris (Compartiment A) - Code ISIN : FR0000050809

Pour plus d'informations, retrouvez-nous sur www.soprasteria.com/fr

*Le monde est tel que nous le façonnons

Contacts presse

Sopra Steria

Aurélien Flaugnatti, aurelien.flauqnatti@soprasteria.com, +33 (0)6 30 84 75 81

Hopscotch Public Relations, pr-soprasteria@hopscotch.fr, +33 (0) 6 58 53 30 90

Copyright ©2026 Sopra Steria. Tous droits réservés. Sopra Steria et son logo sont des marques déposées de Sopra Steria.