Agents conversationnels : l'Autorité s'autosaisit pour avis

Publié le 09 janvier 2026

L'essentiel

Dans le prolongement de son avis n°24-A-05 du 28 juin 2024 qui analyse le fonctionnement concurrentiel du secteur de l'IA générative et en particulier l'amont de la chaîne de valeur, à savoir la conception et l'entraînement des modèles d'IA générative, et de son étude sur les enjeux concurrentiels liés à l'impact énergétique et environnemental de l'IA, l'Autorité de la concurrence annonce s'autosaisir afin d'analyser le fonctionnement concurrentiel du secteur des agents conversationnels, situé à l'aval de la chaîne de valeur. Même si l'aval de la chaîne de valeur se présente aujourd'hui comme étant apparemment dynamique avec la présence de plusieurs acteurs, les derniers développements montrent que les agents conversationnels pourraient avoir un impact sur le fonctionnement concurrentiel de plusieurs secteurs clés de l'économie.

Avec plus de 60 % d'augmentation du nombre d'utilisateurs en 2024, l'usage des outils conversationnels connaît un grand essor en France. Articulé autour des services de quelques grands acteurs tels que ChatGPT d'OpenAI, Google Gemini, Le « Chat » de Mistral AI, Perplexity ou encore Microsoft Copilot, les développements de ce secteur soulèvent de nombreuses questions notamment sur sa structuration concurrentielle, sur les modèles économiques adoptés par les acteurs ou encore sur les opportunités offertes à d'autres secteurs économiques.

Dès lors, l'Autorité prévoit ainsi de s'intéresser aux problématiques nouvelles qui apparaissent notamment liées à l'utilisation des agents conversationnels dans le secteur du commerce en ligne, aussi appelée « commerce agentique ». En revanche, la relation entre les agents conversationnels et les moteurs de recherche ne fait pas partie du champ de l'avis

Afin de mener à bien ses travaux, l'Autorité lancera prochainement une consultation publique et rendra son avis dans le courant de l'année 2026.

Un secteur en pleine effervescence

Les agents conversationnels se définissent selon France Num comme « des *outils basés sur l'intelligence artificielle capables d'interagir avec les utilisateurs en langage naturel. Ils peuvent répondre à des questions fréquentes, guider un client dans un parcours d'achat, prendre des rendez-vous ou encore assister un collaborateur dans ses tâches quotidiennes* ».

D'autres acteurs proposent de différencier les ***chatbots***, qui gèrent les interactions avec des clients à l'aide d'un arbre de décision ne faisant pas nécessairement appel à l'intelligence artificielle, des assistants virtuels fondés sur l'IA générative, comme Siri d'Apple, Alexa d'Amazon, ou des agents conversationnels de type ChatGPT.

C'est sur cette dernière catégorie d'agents conversationnels que l'Autorité prévoit de consacrer son avis.

L'usage des outils conversationnels connait plus de 60 % d'augmentation du nombre d'utilisateurs en France en 2024. Ainsi selon une étude menée par l'IFOP, le recours à ces outils varie selon l'âge des utilisateurs. En effet, aujourd'hui, 85 % des 18 24 ans (contre 68 % en 2024) et 63 % des 25-34 ans (contre 47 % en 2024) utiliseraient les IA génératives, mais seulement 31 % des 35 ans et plus[1].

Le secteur s'organise progressivement autour de quelques grands acteurs[2] : ChatGPT d'OpenAI, serait le premier outil conversationnel avec 21,6 millions de visiteurs uniques au mois de septembre 2025. Derrière lui se trouverait Google Gemini (2,8 millions), Le « Chat » de Mistral AI (1,5 million), Perplexity (1,3 million), Microsoft Copilot (1 million). Ces outils sont en général capables de comprendre

le langage naturel, de répondre à des questions, de générer du texte, d'expliquer du code ou encore de créer des contenus visuels.

Le fonctionnement du secteur des agents conversationnels et l'émergence du commerce agentique au cœur du futur avis de l'Autorité

- **Les agents conversationnels**

Si la question des modèles de fondation des agents conversationnels a déjà été traitée dans le cadre de l'avis sur l'IA générative, les éditeurs d'agents conversationnels cherchent à diversifier les possibilités d'utilisation de leurs services et les possibilités de monétisation, afin que ces services deviennent rentables. L'enquête sectorielle s'intéressera notamment aux thématiques suivantes :

- **L'intégration de la publicité au sein des agents conversationnels :** l'Autorité étudiera notamment les modalités d'affichage de ces publicités et le rôle joué par ces dernières dans le modèle économique de ces acteurs.
- **L'intégration des agents conversationnels au sein de services existants :** la question des effets de levier et de l'autoréférence sera particulièrement scrutée, ces agents étant mis en œuvre par des acteurs dominants.
- **Les partenariats noués par les éditeurs d'agents conversationnels**
- **La transformation des agents conversationnels en plateformes :** les agents conversationnels sont plus que de simples interfaces de questions réponses et tendent à devenir de véritables plateformes, permettant aux utilisateurs d'accéder directement à des services tiers sans quitter la fenêtre de conversation.

En revanche, la relation entre les agents conversationnels et les moteurs de recherche ne fait pas partie du champ de l'avis.

- **Le commerce agentique**

Le commerce en ligne est l'un des secteurs d'application dans lequel les éditeurs déploient des efforts importants pour développer des agents accompagnant les utilisateurs dans leur parcours d'achat, afin notamment de rendre monétisable une partie des services qu'ils leur proposent. Ces agents, capables d'effectuer des tâches à la place de l'humain de manière autonome ne visent plus simplement à apporter des réponses aux requêtes de l'utilisateur, mais également à l'assister de manière autonome dans différentes tâches, voire les effectuer à sa place.

Ainsi, l'agent conversationnel peut explorer les différentes boutiques en ligne à la place de l'utilisateur, lui faire des recommandations, lui proposer des liens externes vers les sites de commerce en ligne et lui permettre de payer ses achats, éventuellement sans jamais devoir quitter l'environnement de l'agent conversationnel. Selon le niveau d'automatisation et de délégation des tâches voulu par l'utilisateur, l'agent conversationnel peut même se transformer en assistant dans les achats, en prévoyant notamment les achats futurs ou leur récurrence.

Plus généralement, c'est tout l'écosystème de la vente en ligne qui pourrait devoir s'adapter à l'irruption et au développement du commerce agentique, tels que les fournisseurs de services logistiques ou les éditeurs de solutions de paiement, qui devront être en mesure d'interagir avec les agents des utilisateurs afin de leur fournir un service complet et efficace.

Dès lors, l'enquête sectorielle permettra de dresser un panorama détaillé de la chaîne de valeur du commerce agentique, d'identifier les acteurs déjà en place et ceux souhaitant s'y positionner et d'étudier les relations entre les différents services qui composent cette chaîne de valeur ainsi que les interactions avec le commerce en ligne traditionnel et les problématiques concurrentielles que ce nouveau secteur soulève.

L'Autorité va lancer une consultation publique

Pour enrichir sa réflexion, l'Autorité lancera très prochainement une consultation publique. Les observations des parties prenantes viendront nourrir les travaux de l'Autorité qui rendra son avis final dans le courant de l'année 2026.

[1] IFOP, 3ème vague du baromètre sur la perception et l'usage des IA génératives par les Français, 4 juillet 2025.

[2] Médiamétrie, Les jeunes aux avant-postes de la révolution de l'IA conversationnelle.

Contact(s)

Maxence Lepinoy
Chargé de communication,
responsable des relations avec les médias
06 21 91 77 11
Contacter par mail