



E-commerce : x18 en un an, le trafic issu des IA explose...

Poids réel dans le trafic, profils utilisateurs, efficacité commerciale : Valiuz dresse un premier état des lieux chiffré du GEO dans l'e-commerce français.



COMK >



E-COMMERCE

9 février 2026 ⌚ 3 min read

[Home](#) > [E-commerce](#) > E-commerce : x18 en un an, le trafic issu des IA explose...

Dans son nouveau baromètre dédié au GEO, Valiuz s'est intéressée au **trafic apporté par les IA génératives vers les sites e-commerce** de 13 géants du retail : Alinea, Auchan, Boulanger, BZB, Decathlon, Electro Dépôt, Jules, Kiabi, Leroy Merlin, Norauto, Rouge Gorge, Saint-Maclou et Tape à l'Oeil.

Quel est le profil de ces « visiteurs augmentés » ? Que pèsent-ils réellement dans le trafic global ? Leur taux de conversion est-il comparable à celui du trafic dit classique ? Et finalement, comment les enseignes doivent-elles appréhender ces nouvelles réalités en 2026 ?

Etat des lieux...

Le trafic issu de l'IA générative multiplié par 18 en un an

Entre décembre 2024 et décembre 2025, ces 13 enseignes ont vu leur trafic apporté via les différents LLM multiplié par 18 !

Un chiffre qui traduit une réalité forte : **le canal GEO est un canal en plein essor**, à l'adoption rapide, et qui transforme de mieux en mieux.

À noter que le trafic via IA a compté **72% de nouveaux visiteurs**, vs. 61% pour le trafic « hors IA », signe que les marques ont tout intérêt à y travailler leur découvrabilité pour attirer de nouveaux clients.

Principalement issu de Chat GPT (à plus de 90%), ce trafic en hausse continue a connu un pic en août dernier, avec l'arrivée sur le marché français de Chat GPT – 5.

Trafic IA : moins de navigation, plus d'efficacité

À ce stade, il est à souligner que les visiteurs qui arrivent sur les sites e-commerce des enseignes **via les LLM n'y passent pas autant de temps que les autres : -17% par rapport à la moyenne**, soit 37 secondes de moins que ceux issus d'un trafic « hors IA » (3,43 minutes).

Même constat du côté des pages vues par session : -25% par rapport à la moyenne, soit 5,2 pages vues vs. 6,09 pour le trafic « hors IA ».

Pour autant, si ces chiffres laissent entrevoir à première vue une navigation plus superficielle, il n'en est rien.

En effet, **90% de sessions via LLM arrivent directement sur une page de "fiche produit"** (contre 60% pour les autres sources). La navigation est donc en réalité plus efficace.

Par ailleurs, **le taux de conversion** sur la période – **1,7%** – se rapproche au fil des mois du taux de conversion « hors IA ».

Un usage qui touche désormais toutes les générations

Sans surprise, parmi les plus gros utilisateurs des LLM, on retrouve les « jeunes vivant seuls », les "CSP +", et les "cadres urbains", qui sont sur-représentés dans le panel.

Néanmoins, les données témoignent d'une **très forte accélération dans l'adoption pour l'ensemble des catégories de consommateurs.**

En tête : les couples mûrs, **et plus encore les grands-parents !**



“On peut aujourd’hui clairement affirmer, eu égard aux mécanismes d’adoption extrêmement rapides des usages, que l’IA générative aura sur notre consommation un impact bien plus grand que celui qu’a eu Internet.

Le niveau de confiance est en outre élevé, et laisse à

penser, a fortiori avec le déploiement de l'agentique, un déplacement de la fidélité consommateur de la marque à l'agent.

Évidemment, ce changement de paradigme impose de nouveaux défis aux enseignes, tout secteur confondu, avec en priorités absolues pour 2026 : augmenter sa visibilité, adapter son offre, transformer aussi son magasin, le tout avec la data client au cœur. »

Amandine Launois, Head of Data & Insights Retailer chez **Valiuz**.

#Newsletter

Chaque mardi, un concentré d'actus
Marketing, Tech et Ebusiness directement
dans votre boîte mail !

tim@apple.com

Je m'inscris



Je ne suis pas un robot

reCAPTCHA

[Confidentialité](#) - [Conditions](#)

ChatGPT

IA

retail

E-COMMERCE



DIGITAL

INSIGHTS

Publicité digitale : 8 plateformes se partagent 80% de la croissance

13 février 2026 ⌚ 4 min read



MUST-READ



Gemini vs ChatGPT : deux visions opposées de l'information

10 février 2026 ⌚ 3 min read

READ-NEXT

E-commerce : les mutations du paiement en ligne

5 février 2026  3 min read

E-commerce : la fin de l'achat impulsif ?

2 février 2026  3 min read

IA et e-commerce : les consommateurs s'adaptent plus vite que les marques...

29 janvier 2026 ⌚ 2 min read



Comarketing-News (aka COMK) est un site d'information dédié au Digital, au E-business et aux Martech dans leur ensemble.



[Nous contacter >](#) [S'abonner >](#) [Annoncer >](#) [Mentions Légales >](#)

[Politique de confidentialité >](#)

© 2025 Conexsys. All Rights Reserved.