

Redouane Jidal

Doctorant, Univ. Lille, ULR 4999- LUMEN, F-59000 Lille, France

Doctorant en marketing

redouane.jidal@univ-lille.fr

Les robots de service en magasin comme outils de « green nudge » vers une consommation durable et responsable.

Les avancées technologiques récentes, telles que la réalité augmentée, la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle (IA), ont profondément transformé de nombreux secteurs, y compris celui de la distribution. Les robots de service, en tant qu'applications de l'IA, se sont progressivement intégrés dans la distribution pour divers usages : divertissement, assistance aux employés, ou encore diffusion d'informations aux clients. Parallèlement à l'essor et à la démocratisation de l'IA, la consommation durable est devenue une préoccupation majeure, tant pour les consommateurs que pour les distributeurs, ces derniers devant répondre à la fois aux attentes sociétales et aux pressions réglementaires. Pour cela, les distributeurs adoptent des pratiques durables visant à minimiser leur impact environnemental et à améliorer leur image, tout en répondant à la demande croissante de produits écologiques. Ces dynamiques soulèvent des questions quant au potentiel des outils technologiques dans la promotion de la durabilité, dans un contexte où la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est désormais cruciale pour un avenir durable.

Dans ce contexte, cette recherche examine l'utilisation des robots de service dans le secteur de la distribution française en tant qu'outils de « green nudge » pour promouvoir des comportements durables et combler l'écart entre les attitudes et les comportements d'achat des consommateurs français. Sur le plan théorique, ce travail enrichit la littérature sur le nudge en proposant d'intégrer les robots de service comme leviers de changement comportemental, et apporte une contribution à l'étude de l'intelligence artificielle et des robots de service dans le domaine de la consommation durable, un sujet encore peu exploré. Il contribue également à la littérature sur le comportement des consommateurs à l'ère de l'intelligence artificielle. Sur le plan managérial, il propose des stratégies concrètes aux distributeurs pour utiliser ces technologies dans le but de promouvoir des achats durables, et soutient le développement de ces outils à cette fin.

Mots clés : Intelligence Artificielle, Robots de Service, Distribution, Durabilité, Nudge.