



BEST OF DES TENDANCES 2023

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 14.12.23

“opinionway

LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DE L'ANNÉE





UNE SÉRIE D'ÉTUDES CONÇUES PAR OPINIONWAY

Téléchargez-les
en intégralité sur
laretailtech.com





LE PROTOCOLE MÉTHODOLOGIQUE

7 enquêtes réalisées



7 000

personnes interrogées



Les interviews ont été réalisées :

- les 25 et 26 janvier 2023
- les 1^{er} et 2 mars 2023
- les 5 et 6 avril 2023
- les 16 et 17 mai 2023
- les 20 et 21 septembre 2023
- les 18 et 19 octobre 2023
- les 8 et 9 novembre 2023



Echantillons représentatifs de la population

française 18+



Les interviews ont été réalisées

par Internet



LES CHIFFRES CONSOMMATEURS DE L'ANNÉE 2023

LES RÉSULTATS



“opinionway



DES ATTENTES PRIORITAIRES DANS LES MAGASINS, DIRECTEMENT LIÉES AU POUVOIR D'ACHAT

Plus de promotions

62%

#1

Davantage de récompense
pour votre fidélité

51%

#2

Plus de produits de déstockage
(dates de consommation courtes, fin de série de produits)

44%

#3

Plus de produits premier prix

28%

#4





LA TECH COMME MOYEN D'OPTIMISATION DU POUVOIR D'ACHAT

50%

sont intéressés par

recevoir des promotions personnalisées

en fonction de leurs achats passés

46%

souhaitent

bénéficier de meilleurs prix

grâce à l'intelligence artificielle



LES CHIFFRES CONSOMMATEURS DE L'ANNÉE 2023

01

**L'INNOVATION POUR
FACILITER LA CONSOMMATION
DES FRANÇAIS**

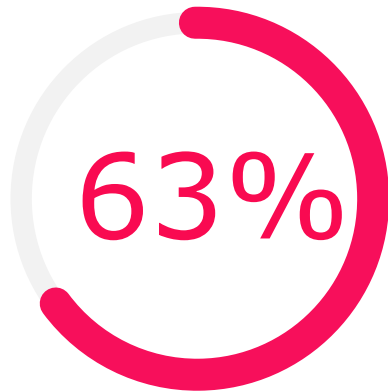


“opinionway



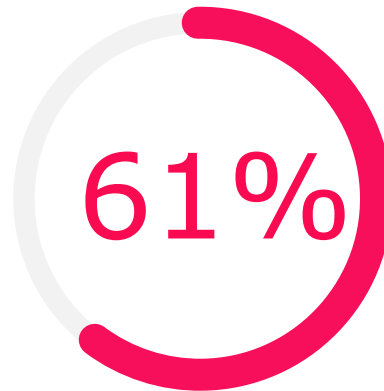
DES FRANÇAIS CONSCIENTS DES ÉVOLUTIONS TECHNOLOGIQUES ACTUELLES...

3 tendances de fond qui vont durer :



Les Intelligences Artificielles
génératives

(ChatGPT et autres initiatives du même type)



La réalité virtuelle



La réalité augmentée



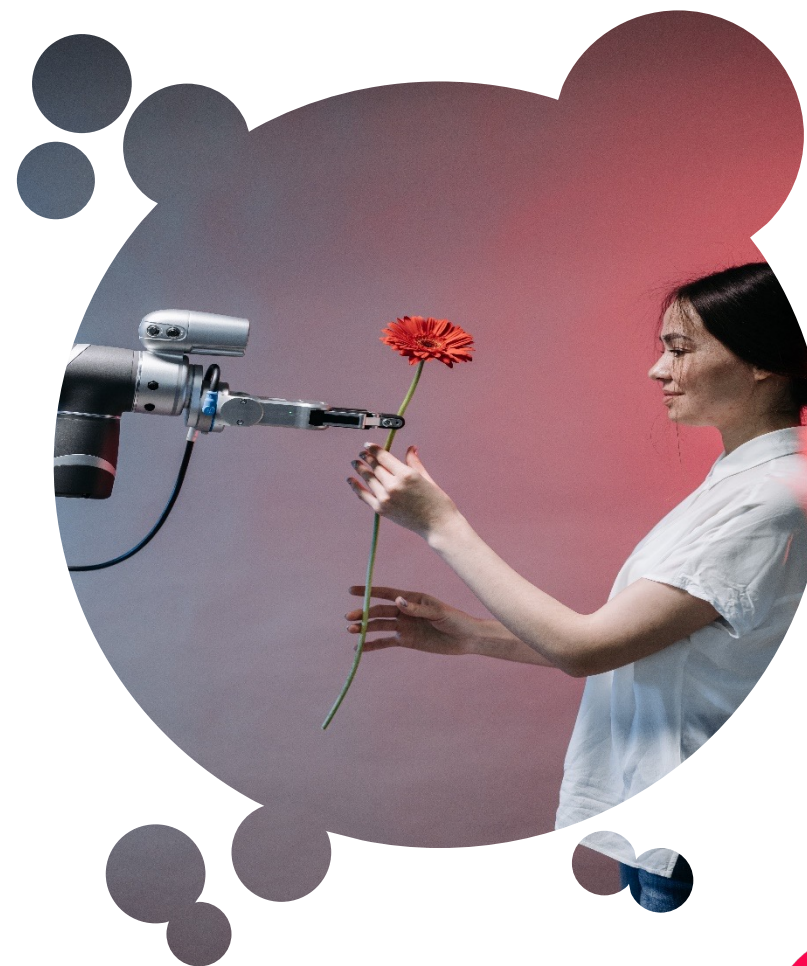


... MAIS NE PRENNENT PAS ENCORE TOUTE LA MESURE DES BOULEVERSEMENTS

54%

considèrent que

l'intelligence artificielle va être une technologie parmi tant d'autres





LA SANTÉ, SEUL SECTEUR DANS LEQUEL L'IA AURA UN IMPACT POSITIF POUR UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS

% impact positif



Le secteur de la santé



Le secteur du commerce





DES FRANÇAIS INQUIETS D'UN IMPACT NÉGATIF DE L'IA DANS LE RETAIL

Un impact de l'intelligence artificielle...

% POSITIF

44%

La qualité du service apporté au client

dans le secteur du commerce

% NEGATIF

59% **L'emploi**

dans le secteur du commerce

47% **La concurrence**

dans le secteur du commerce

42% **Les prix**

dans le secteur du commerce





DES INNOVATIONS QUI DOIVENT SERVIR L'EXPÉRIENCE CLIENT...

Top 3 des attentes en magasin

39% Moins de produits en rupture de stock dans les rayons

37% Moins d'attente en caisse

32% La possibilité de goûter/tester/essayer les produits avant de les acheter





... NOTAMMENT POUR LES ACHATS EN LIGNE

Au moins **un système automatisé** (*chatbot, IA ou les deux*) pourrait améliorer l'expérience en ligne



60%

Pour fournir des retours rapides sur la disponibilité des produits

56%

Pour faciliter le suivi des retours

56%

Pour vous fournir des informations précises lors de l'achat en ligne



1/4 DES FRANÇAIS ATTENDENT DES INNOVATIONS DANS LA MODE

Les Français souhaitent utiliser les innovations pour ...

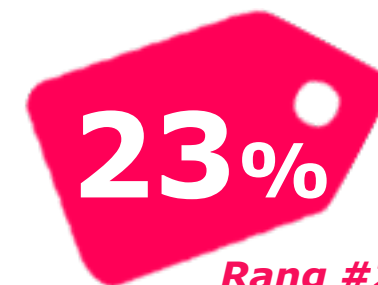


- Consulter sur Internet **le stock des produits disponibles** en magasin avant leur visite
- Pouvoir **pré-réserver des articles en ligne, les retrouver à leur disposition en cabine d'essayage** à leur arrivée en magasin et ne les acheter que s'ils leur conviennent



Rang #1

Moins de 35 ans : **31%**



Rang #2

Moins de 35 ans : **31%**



MAIS SANS « GADGÉTISER » LE PARCOURS D'ACHAT

Moins **d'1 Français sur 10** a les attentes suivantes en magasin :

7%

La possibilité d'avoir plus
d'interactions avec leur smartphone

*(QR code, plan du magasin, informations
complémentaires sur le produit, avis client, recettes, ...)*

6%

Davantage d'écrans
d'information dans
les commerces



LES CHIFFRES CONSOMMATEURS DE L'ANNÉE 2023

02

**L'IMPORTANCE
DE L'ENVIRONNEMENT
& DE LA RSE**



“opinionway



AU-DELÀ DE L'INFLATION, LES FRANÇAIS ADOPTENT DES PRATIQUES VERTUEUSES

64% n'utilisent plus de sachet à usage unique pour porter leurs produits

57% achètent des produits alimentaires dont la **date limite de consommation est proche pour moins gaspiller**

51% réduisent leur consommation de plastique **en évitant les produits sur-emballés**

% Le font systématiquement ou souvent





UNE TENDANCE À LA SOBRIÉTÉ...

53%

**Achètent moins
souvent ou systématiquement**

63%

**Achètent moins
d'articles de mode**





...ET À L'ACHAT DE PRODUITS « LOCAUX » & « MADE IN FRANCE »

1 Français sur 2

- Achète des produits « **Made in France** »
- Regarde **la provenance** de tous les produits qu'il achète
- Achète des produits alimentaires **locaux ou en circuits courts**



39%

achètent des
articles de mode fabriqués en France





DES PRATIQUES RESPONSABLES ÉGALEMENT DANS LA MODE



36% Achètent des articles de mode **de seconde main**

27% Achètent des articles de **mode éthiques et responsables**

Boycottent une marque qui ne produit pas ses articles de mode **dans le respect des conditions de travail de ses employés**

25% Boycottent une marque qui ne produit pas ses articles de **mode dans le respect de l'environnement**



DES ATTENTES D'INFORMATIONS SUR L'IMPACT ÉCOLOGIQUE DES PRODUITS



45%

sont intéressés pour recevoir des propositions personnalisées d'achat

en fonction de l'impact écologique
des produits



LES FRANÇAIS ATTENDENT UN ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE CONCRET DES MAGASINS

Top 3 des efforts à mettre en place dans les magasins

30%

souhaitent que les magasins respectent mieux l'environnement

Eteindre les enseignes lumineuses la nuit

43%

#1

Lutter contre le gaspillage des invendus

42%

#2

Réduire les emballages des produits

35%

#3



LES CHIFFRES CONSOMMATEURS DE L'ANNÉE 2023

03

**LA PLACE ESSENTIELLE DE
L'HUMAIN DANS LE RETAIL**



“opinionway”



DES CRAINTES SUR L'IA & LES CHATBOTS

Les Français estiment que **ni un chatbot, ni une IA** ne pourra...

57%

... respecter la confidentialité des données personnelles

... résoudre des problèmes de service après-vente

49%





L'INTERLOCUTEUR HUMAIN EST TOUJOURS PRIVILÉGIÉ EN MAGASIN

Les Français privilégient un **interlocuteur humain** lors de l'achat de produit en magasin

AVANT
l'achat

81%

contre **15%**, un système automatisé

PENDANT
l'achat

85%

contre **11%**, un système automatisé

APRÈS
l'achat

83%

contre **13%**, un système automatisé





MAIS LA TECH MONTE EN PUISSANCE POUR LES ACHATS EN LIGNE

+ de **3 Français 10** sont ouverts à l'utilisation de **nouvelles technologies** lors de l'achat de produits en ligne



AVANT
l'achat

61%

et **36%**, un système automatisé

PENDANT
l'achat

59%

et **37%**, un système automatisé

APRÈS
l'achat

66%

et **30%**, un système automatisé

% privilégient un interlocuteur humain





CONTACTS PRESSE



La Retail Tech

Mike Hadjadj
Co-initiateur

94, rue Marius AUFAN
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.laretailtech.com

[@MikeHadjadj](https://twitter.com/MikeHadjadj)

OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur général adjoint

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

[@FMicheau](https://twitter.com/FMicheau)





À TRÈS VITE !

laretailtech.com

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

14.12.23