



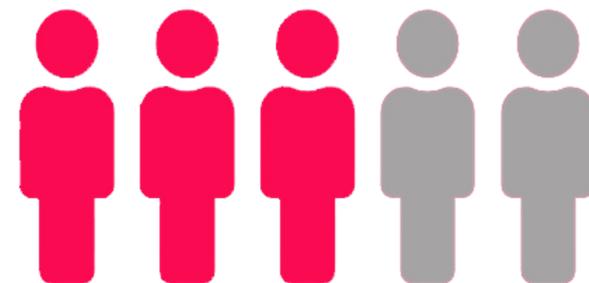
LES FRANÇAIS & LE WEB3

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH | 09.03.23

“opinionway”



LES CHIFFRES
CONSOMMATEURS
DU MOIS





LA METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



Echantillon de **1008 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



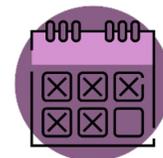
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



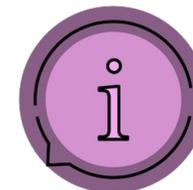
Les interviews ont été réalisées **les 1^{er} et 2 mars 2023**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour La Retail Tech »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.





DÉFINITION

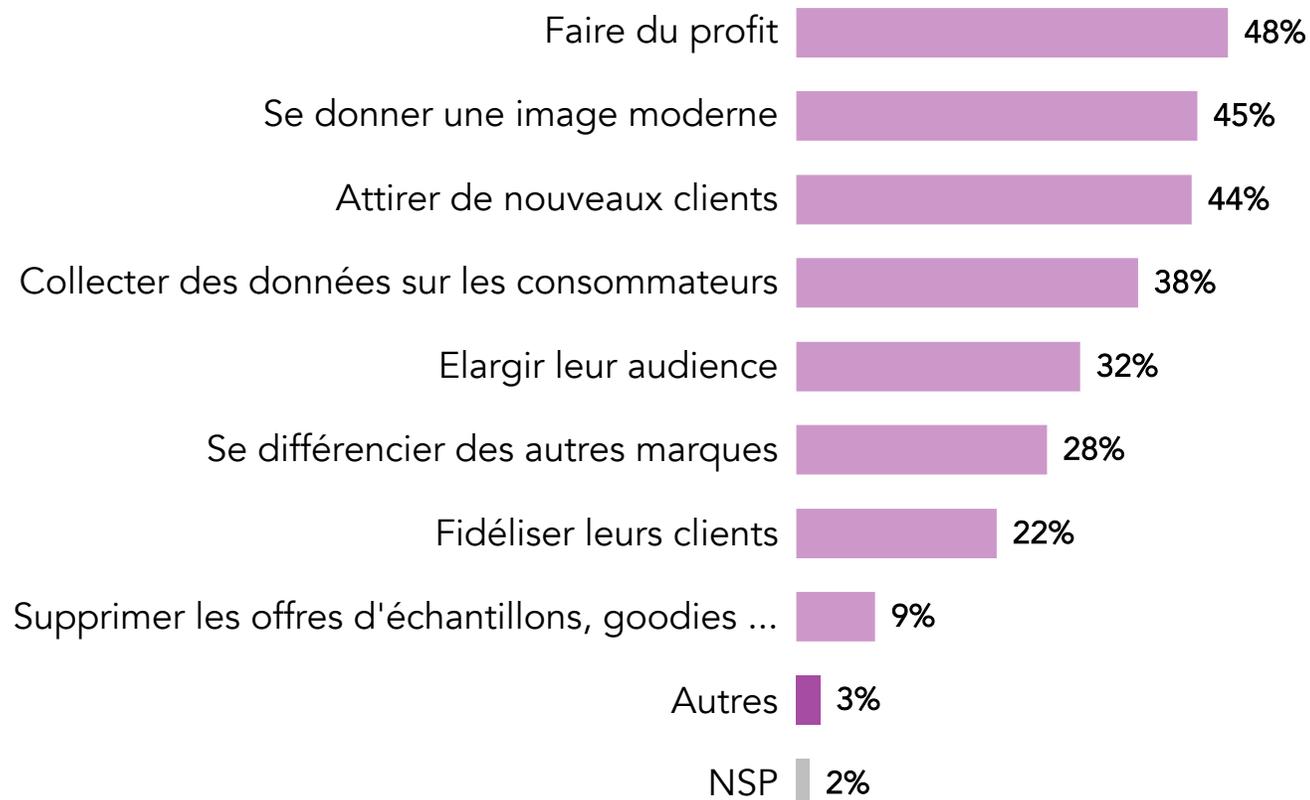
Les **Metaverses** sont des mondes virtuels collectifs, connectés et totalement immersifs. Entièrement numériques, ils permettent d'interagir avec d'autres personnes et avec des objets numériques grâce à des représentations virtuelles ou avatar.

Véritable reconstruction du monde réel, le Metaverse possède une sorte de devise unique qui permet à ses utilisateurs de faire des transactions via un argent virtuel.





LES RAISONS POUR LES MARQUES DE CRÉER DES EXPÉRIENCES DANS LE MÉTAVERSE



QUESTION 1. Selon vous, parmi les raisons suivantes, lesquelles incitent les marques à créer des expériences dans des mondes virtuels / Métaverse ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LES RAISONS POUR LES MARQUES DE CRÉER DES EXPÉRIENCES DANS LE MÉTAVERSE

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Faire du profit	48%	51%	46%	46%	42%	43%	49%	58%	48%	44%	53%
Se donner une image moderne	45%	41%	49%	50%	51%	42%	45%	43%	43%	47%	45%
Attirer de nouveaux clients	44%	41%	48%	45%	43%	44%	44%	46%	45%	46%	44%
Collecter des données sur les consommateurs	38%	39%	38%	36%	35%	31%	42%	45%	41%	35%	40%
Élargir leur audience	32%	29%	35%	45%	33%	28%	30%	31%	32%	29%	33%
Se différencier des autres marques	28%	26%	30%	38%	26%	27%	24%	31%	28%	26%	30%
Fidéliser leurs clients	22%	22%	23%	32%	27%	21%	18%	22%	23%	23%	22%
Supprimer les offres d'échantillons, goodies ...	9%	10%	8%	8%	11%	6%	12%	7%	9%	10%	8%
Autres	3%	3%	2%	2%	1%	2%	4%	4%	2%	3%	3%

QUESTION 1. Selon vous, parmi les raisons suivantes, lesquelles incitent les marques à créer des expériences dans des mondes virtuels / Métaverse ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





DÉFINITIONS

- Un **NFT** un titre de propriété numérique possédant un certificat d'authenticité numérique qui le rend unique et non interchangeable. En obtenant un NFT, un acheteur devient le propriétaire exclusif d'un bien numérique : peinture, photographie, film, chanson. Il peut le stocker dans un wallet de smartphone ou sur une clé par exemple.
- La **blockchain** est une technologie qui permet de garder la trace d'un ensemble de transactions, de manière décentralisée, sécurisée et transparente, sous forme d'une chaîne de blocs numériques. Cette technologie offre de hauts standards de transparence et de sécurité car elle fonctionne sans organe central de contrôle. Plus concrètement, la blockchain permet à ses utilisateurs - connectés en réseau - de partager des données sans intermédiaire.
- Les **Intelligences Artificielles Génératives** sont des outils établis à partir d'intelligence artificielle qui permettent d'échanger sous forme de messages. Cet outil permet à ses utilisateurs de dialoguer en temps réel avec une intelligence artificielle et de répondre à des questions sur différents sujets.





LA PÉRENNITÉ PRONOSTIQUÉE DES DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES

Les Intelligences Artificielles Génératives
(ChatGPT et autres initiatives du même type)



La réalité virtuelle



La réalité augmentée



La blockchain



Les mondes virtuels, le Metaverse



Les cryptomonnaies



Les NFT



...est une **tendance de fond** qui va durer



...est un **effet de mode** qui va s'estomper rapidement



NSP

QUESTION 2. Vous personnellement, diriez-vous que chacun des éléments suivants... ?
Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LA PÉRENNITÉ PRONOSTIQUÉE DE DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES

	% est une tendance de fond	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les Intelligences Artificielles Génératives (ChatGPT et autres initiatives du même type)	63%	66%	61%	74%	60%	58%	65%	64%	65%	62%	64%
La réalité virtuelle	61%	66%	57%	62%	57%	58%	62%	64%	60%	64%	60%
La réalité augmentée	59%	62%	57%	61%	53%	56%	62%	62%	58%	60%	60%
La blockchain	48%	50%	46%	55%	46%	44%	53%	47%	48%	51%	47%
Les mondes virtuels, le Metaverse	46%	49%	43%	43%	40%	45%	49%	48%	44%	49%	45%
Les cryptomonnaies	39%	36%	41%	46%	45%	38%	36%	36%	38%	42%	38%
Les NFT	38%	37%	39%	33%	36%	33%	46%	40%	38%	39%	39%

QUESTION 2. Vous personnellement, diriez-vous que chacun des éléments suivants... ?
Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





LA PÉRENNITÉ PRONOSTIQUÉE DES DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES

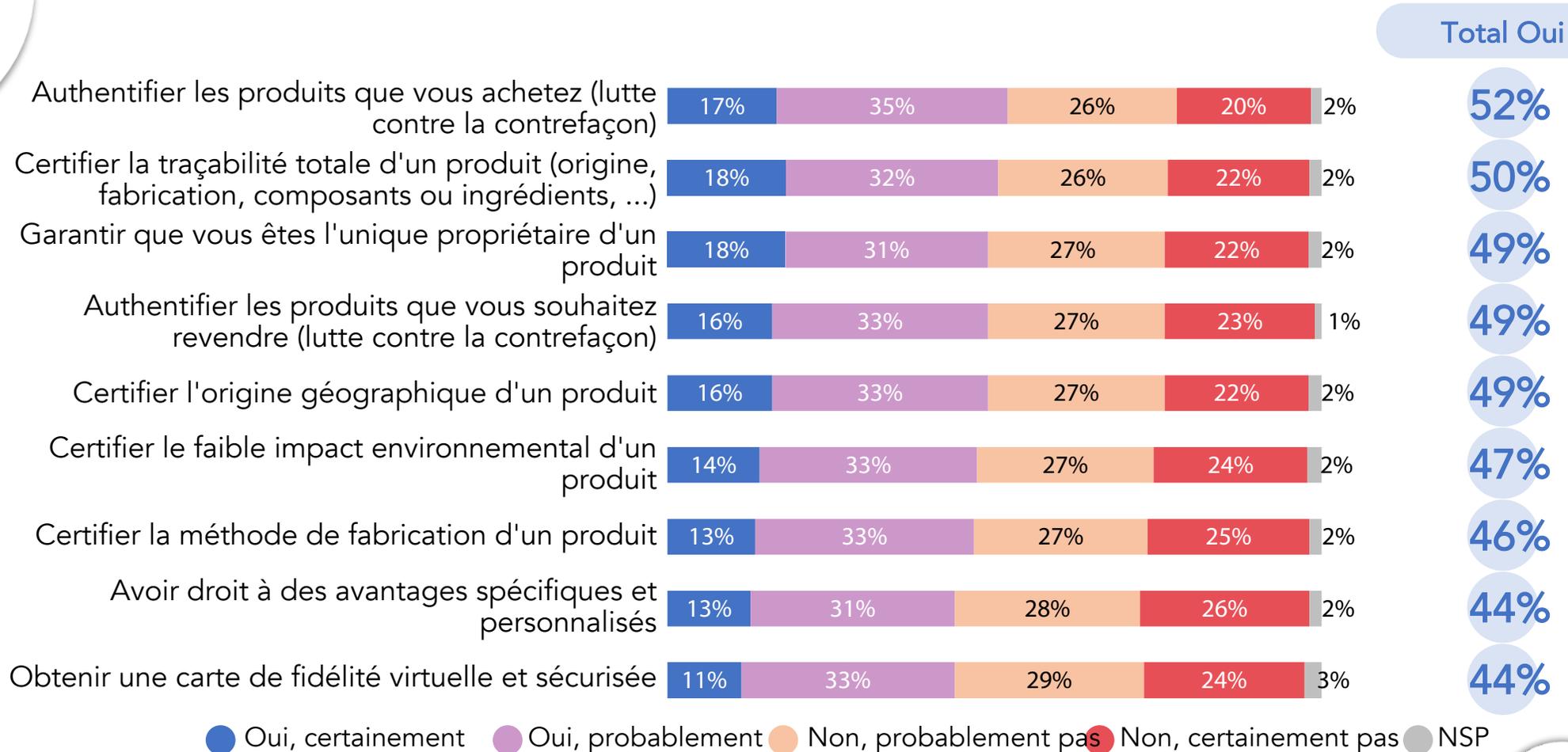
	% est un effet de mode	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les NFT	58%	60%	57%	65%	60%	62%	52%	56%	58%	59%	57%
Les cryptomonnaies	58%	61%	56%	54%	53%	58%	61%	60%	60%	56%	59%
Les mondes virtuels, le Metaverse	51%	49%	53%	57%	58%	52%	48%	48%	53%	50%	51%
La blockchain	48%	47%	49%	42%	51%	51%	44%	49%	49%	47%	48%
La réalité augmentée	38%	36%	39%	39%	45%	39%	35%	34%	39%	37%	36%
La réalité virtuelle	35%	31%	39%	35%	41%	37%	35%	32%	37%	34%	36%
Les Intelligences Artificielles Génératives (ChatGPT et autres initiatives du même type)	35%	33%	36%	26%	39%	39%	33%	33%	34%	37%	33%

QUESTION 2. Vous personnellement, diriez-vous que chacun des éléments suivants... ?
Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





L'intention d'utiliser les NFT



QUESTION 3. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à utiliser des NFT, si ces NFT permettaient de ...

Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





L'intention d'utiliser les NFT

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Authentifier les produits que vous achetez (lutte contre la contrefaçon)	52%	51%	52%	67%	53%	54%	52%	43%	53%	52%	52%
Certifier la traçabilité totale d'un produit (origine, fabrication, composants ou ingrédients, ...)	50%	50%	52%	65%	51%	52%	51%	44%	53%	51%	50%
Garantir que vous êtes l'unique propriétaire d'un produit	49%	47%	51%	65%	50%	52%	50%	39%	50%	50%	49%
Authentifier les produits que vous souhaitez revendre (lutte contre la contrefaçon)	49%	47%	49%	69%	52%	46%	50%	40%	50%	50%	48%
Certifier l'origine géographique d'un produit	49%	50%	48%	57%	46%	52%	49%	45%	51%	48%	49%
Certifier le faible impact environnemental d'un produit	47%	46%	49%	57%	53%	51%	48%	36%	52%	48%	46%
Certifier la méthode de fabrication d'un produit	46%	46%	47%	56%	44%	48%	47%	42%	47%	47%	48%
Avoir droit à des avantages spécifiques et personnalisés	44%	45%	43%	58%	45%	47%	47%	31%	48%	47%	40%
Obtenir une carte de fidélité virtuelle et sécurisée	44%	44%	44%	56%	43%	51%	48%	30%	47%	47%	40%

QUESTION 3. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à utiliser des NFT, si ces NFT permettaient de ...
Question posée à l'ensemble des Français, 1008 répondants





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
DGA

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

09.03.23

