



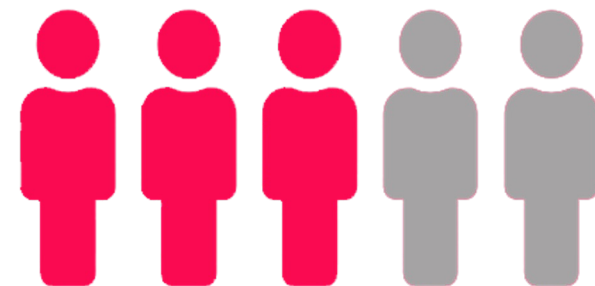
# LES FRANÇAIS & LE WEB3

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.

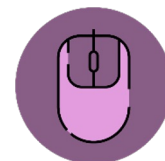
L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



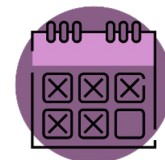
OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



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).



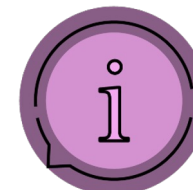
Les interviews ont été réalisées **les 1<sup>er</sup> et 2 mars 2023**.

*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

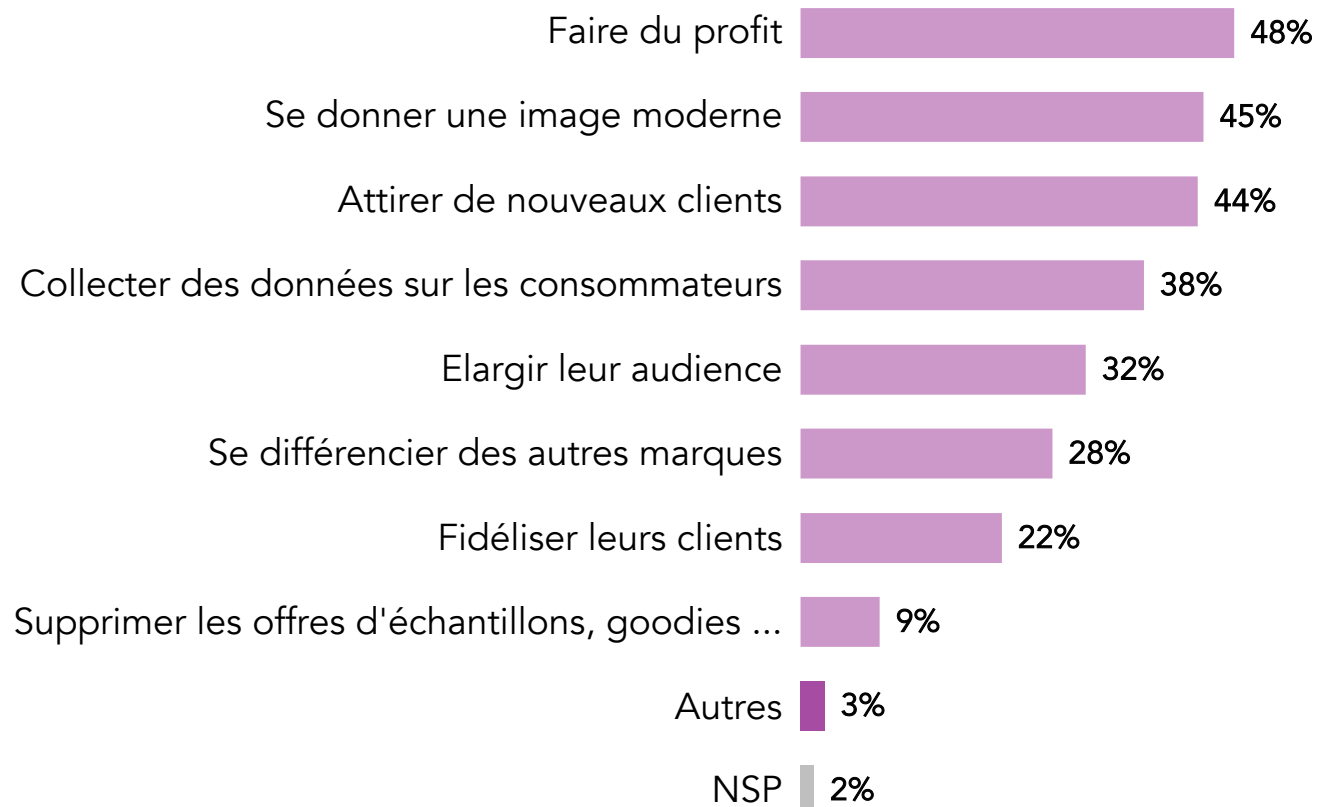
Les **Metaverses** sont des mondes virtuels collectifs, connectés et totalement immersifs. Entièrement numériques, ils permettent d'interagir avec d'autres personnes et avec des objets numériques grâce à des représentations virtuelles ou avatar.

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	<b>48%</b>	51%	46%	46%	42%	43%	49%	58%	48%	44%	53%
Se donner une image moderne	<b>45%</b>	41%	49%	50%	51%	42%	45%	43%	43%	47%	45%
Attirer de nouveaux clients	<b>44%</b>	41%	48%	45%	43%	44%	44%	46%	45%	46%	44%
Collecter des données sur les consommateurs	<b>38%</b>	39%	38%	36%	35%	31%	42%	45%	41%	35%	40%
Élargir leur audience	<b>32%</b>	29%	35%	45%	33%	28%	30%	31%	32%	29%	33%
Se différencier des autres marques	<b>28%</b>	26%	30%	38%	26%	27%	24%	31%	28%	26%	30%
Fidéliser leurs clients	<b>22%</b>	22%	23%	32%	27%	21%	18%	22%	23%	23%	22%
Supprimer les offres d'échantillons, goodies ...	<b>9%</b>	10%	8%	8%	11%	6%	12%	7%	9%	10%	8%
Autres	<b>3%</b>	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





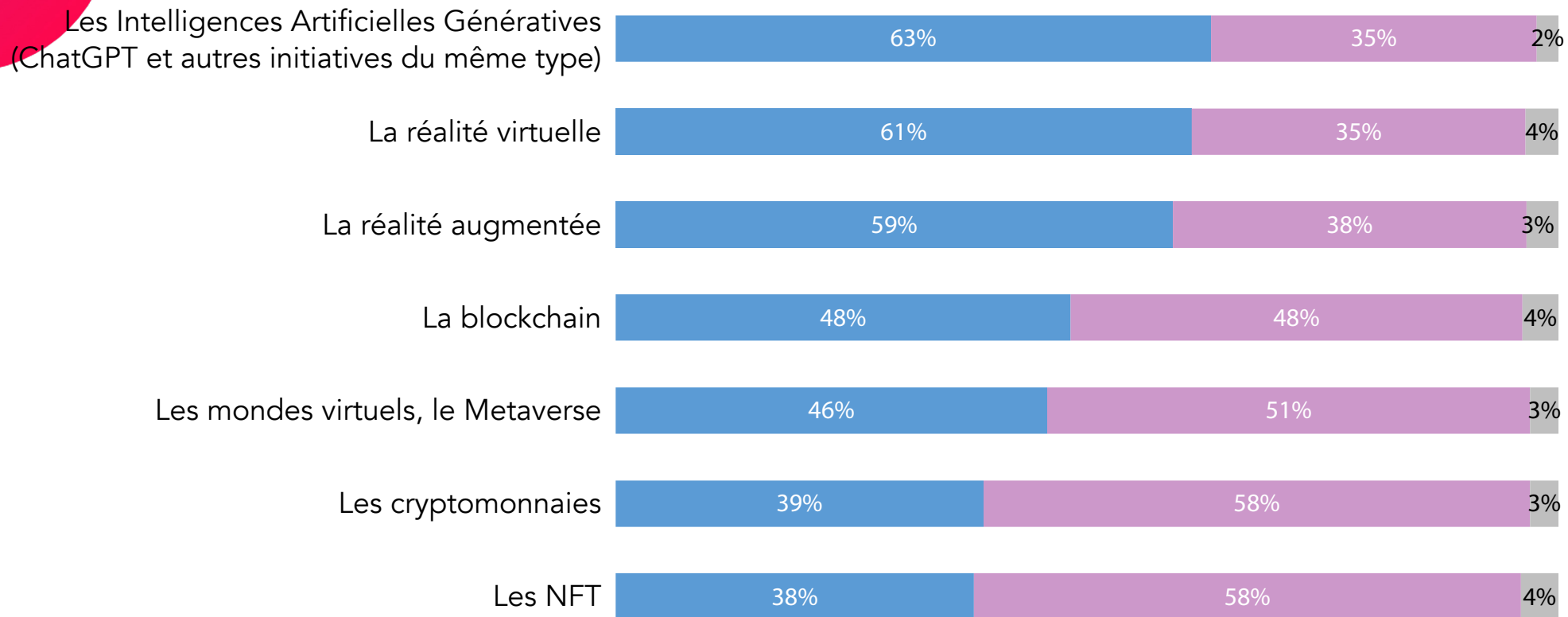
# DÉFINITIONS

- 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



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

● ...est une **tendance de fond** qui va durer   ● ...est un **effet de mode** qui va s'estomper rapidement   ● NSP





# 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)	<b>63%</b>	66%	61%	74%	60%	58%	65%	64%	65%	62%	64%
La réalité virtuelle	<b>61%</b>	66%	57%	62%	57%	58%	62%	64%	60%	64%	60%
La réalité augmentée	<b>59%</b>	62%	57%	61%	53%	56%	62%	62%	58%	60%	60%
La blockchain	<b>48%</b>	50%	46%	55%	46%	44%	53%	47%	48%	51%	47%
Les mondes virtuels, le Metaverse	<b>46%</b>	49%	43%	43%	40%	45%	49%	48%	44%	49%	45%
Les cryptomonnaies	<b>39%</b>	36%	41%	46%	45%	38%	36%	36%	38%	42%	38%
Les NFT	<b>38%</b>	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

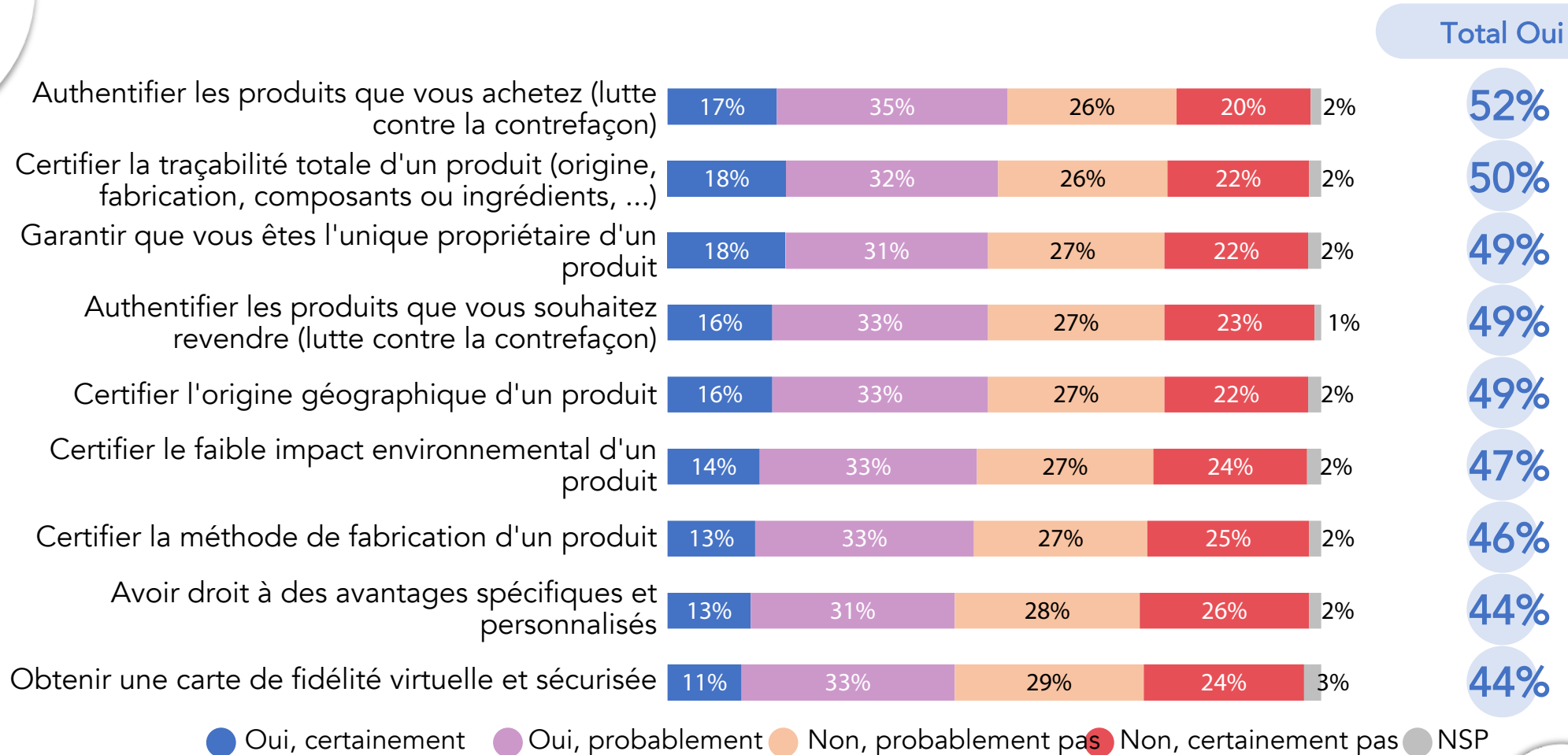
	% est un effet de mode	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les NFT	<b>58%</b>	60%	57%	65%	60%	62%	52%	56%	58%	59%	57%
Les cryptomonnaies	<b>58%</b>	61%	56%	54%	53%	58%	61%	60%	60%	56%	59%
Les mondes virtuels, le Metaverse	<b>51%</b>	49%	53%	57%	58%	52%	48%	48%	53%	50%	51%
La blockchain	<b>48%</b>	47%	49%	42%	51%	51%	44%	49%	49%	47%	48%
La réalité augmentée	<b>38%</b>	36%	39%	39%	45%	39%	35%	34%	39%	37%	36%
La réalité virtuelle	<b>35%</b>	31%	39%	35%	41%	37%	35%	32%	37%	34%	36%
Les Intelligences Artificielles Génératives (ChatGPT et autres initiatives du même type)	<b>35%</b>	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)	<b>52%</b>	51%	52%	67%	53%	54%	52%	43%	53%	52%	52%
Certifier la traçabilité totale d'un produit (origine, fabrication, composants ou ingrédients, ...)	<b>50%</b>	50%	52%	65%	51%	52%	51%	44%	53%	51%	50%
Garantir que vous êtes l'unique propriétaire d'un produit	<b>49%</b>	47%	51%	65%	50%	52%	50%	39%	50%	50%	49%
Authentifier les produits que vous souhaitez revendre (lutte contre la contrefaçon)	<b>49%</b>	47%	49%	69%	52%	46%	50%	40%	50%	50%	48%
Certifier l'origine géographique d'un produit	<b>49%</b>	50%	48%	57%	46%	52%	49%	45%	51%	48%	49%
Certifier le faible impact environnemental d'un produit	<b>47%</b>	46%	49%	57%	53%	51%	48%	36%	52%	48%	46%
Certifier la méthode de fabrication d'un produit	<b>46%</b>	46%	47%	56%	44%	48%	47%	42%	47%	47%	48%
Avoir droit à des avantages spécifiques et personnalisés	<b>44%</b>	45%	43%	58%	45%	47%	47%	31%	48%	47%	40%
Obtenir une carte de fidélité virtuelle et sécurisée	<b>44%</b>	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 Aujan  
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08  
[mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr)  
[www.laretailtech.com](http://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](mailto:fmicheau@opinion-way.com)  
[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)

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



**À TRÈS VITE !**

[laretailtech.com](https://laretailtech.com)

LES JEUDIS DE LA RETAIL TECH

09.03.23

