

“opinionway pour

PARIS
RETAIL
WEEK

Les achats du quotidien à l'heure de l'intelligence artificielle

Mars 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 015 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.



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



Les interviews ont été réalisées **du 27 au 28 mars 2024**.

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



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.



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

« Sondage OpinionWay pour Paris Retail Week »

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



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%



Age	%
18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%



Région	%
Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%



Activité professionnelle	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires	29%
Employés	17%
Ouvriers	12%
Inactifs	42%
Retraités	28%
Autres inactifs	14%



Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



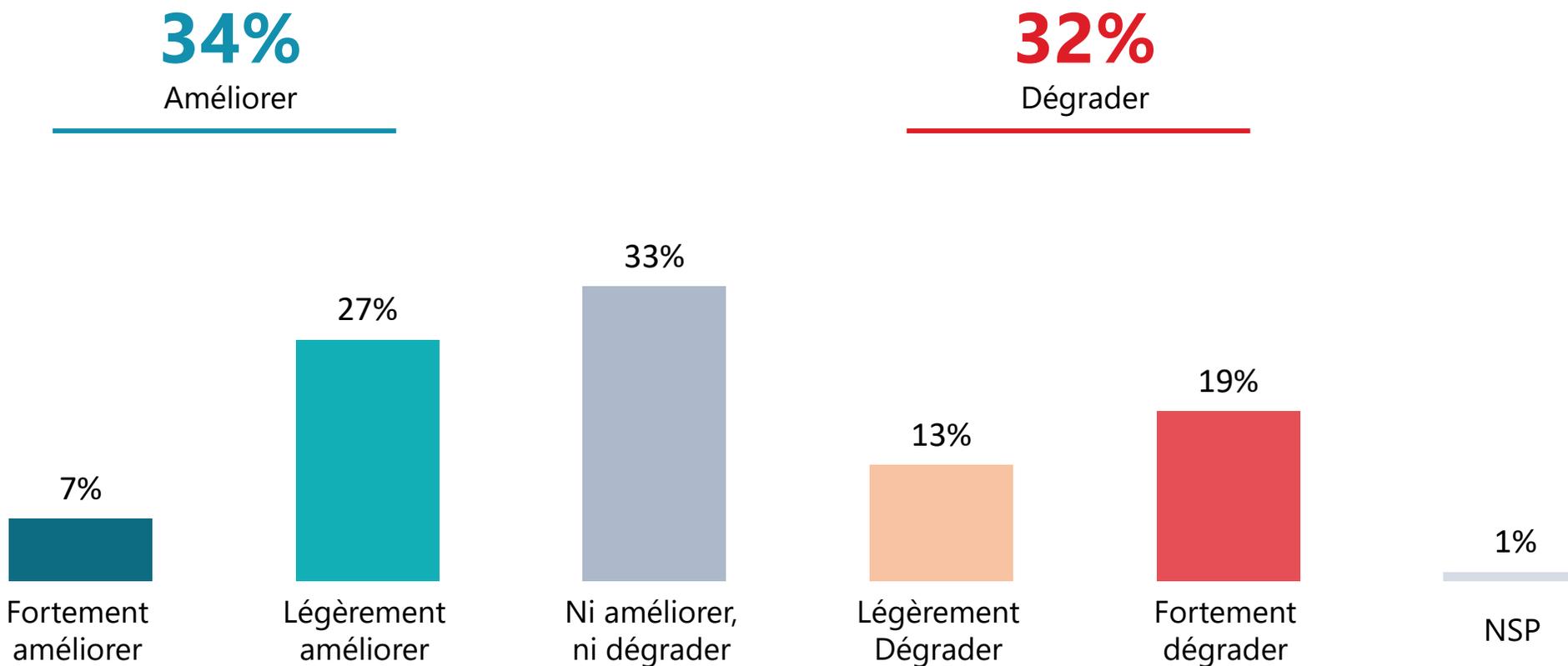
Les résultats



L'impact de l'Intelligence Artificielle sur les achats du quotidien



Q. Dans les prochaines années, l'Intelligence Artificielle (IA) va-t-elle selon vous améliorer ou dégrader la façon dont vous réalisez des achats au quotidien (courses, shopping...) ?



“ L’impact de l’Intelligence Artificielle sur les achats du quotidien



Q. Dans les prochaines années, l’Intelligence Artificielle (IA) va-t-elle selon vous améliorer ou dégrader la façon dont vous réalisez des achats au quotidien (courses, shopping...) ?

	% 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
Sous-total S’améliorer	34%	39%	31%	62%	53%	31%	21%	30%	41%	30%	34%
...Fortement améliorer	7%	9%	6%	13%	13%	7%	5%	5%	10%	6%	6%
...Légèrement améliorer	27%	30%	25%	49%	40%	24%	16%	25%	31%	24%	28%
Ni améliorer, ni dégrader	33%	33%	33%	17%	18%	34%	38%	42%	28%	31%	37%
Sous-total Se dégrader	32%	27%	36%	20%	29%	35%	40%	28%	31%	38%	29%
...Légèrement dégrader	13%	12%	14%	8%	15%	14%	15%	13%	13%	19%	10%
...Fortement dégrader	19%	15%	22%	12%	14%	21%	25%	15%	18%	19%	19%

“ L’impact de l’Intelligence Artificielle sur les achats du quotidien



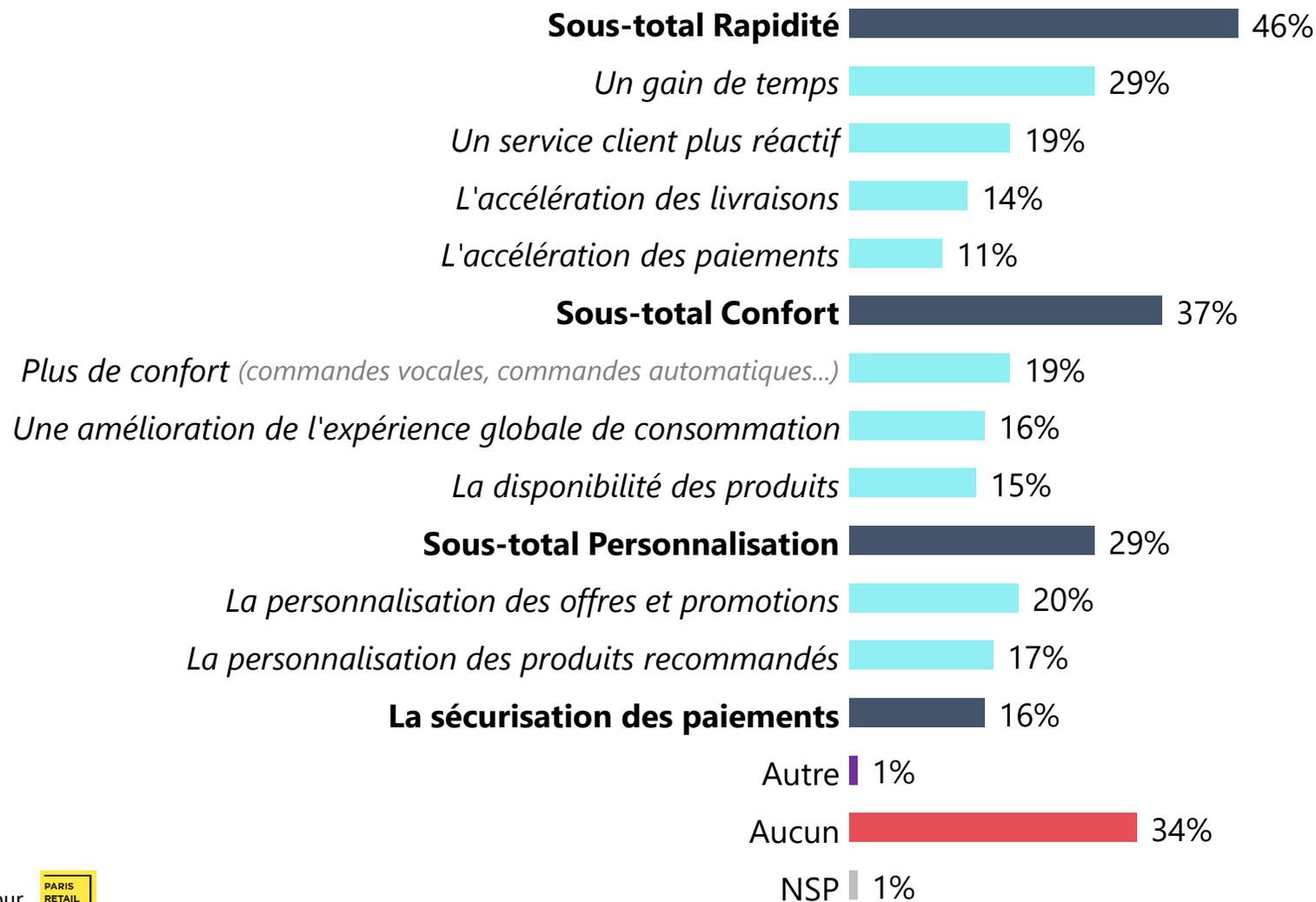
Q. Dans les prochaines années, l’Intelligence Artificielle (IA) va-t-elle selon vous améliorer ou dégrader la façon dont vous réalisez des achats au quotidien (courses, shopping...) ?

	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1000 euros	De 1 000 à 1 999 euros	De 2 000 à 3 499 euros	De 3500 à 4999€	5000€ ou plus
Sous-total S’améliorer	34%	45%	34%	34%	37%	36%
...Fortement améliorer	7%	15%	7%	5%	9%	10%
...Légèrement améliorer	27%	30%	27%	29%	28%	26%
Ni améliorer, ni dégrader	33%	29%	26%	34%	35%	38%
Sous-total Se dégrader	32%	26%	39%	32%	27%	25%
...Légèrement dégrader	13%	12%	12%	13%	14%	13%
...Fortement dégrader	19%	14%	27%	19%	13%	12%

Les avantages de l'Intelligence Artificielle pour les achats du quotidien



Q. Plus précisément, quels seront selon vous les principaux avantages de l'Intelligence Artificielle pour vos achats quotidiens ?
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



Les avantages de l'Intelligence Artificielle pour les achats du quotidien



Q. Plus précisément, quels seront selon vous les principaux avantages de l'Intelligence Artificielle pour vos achats quotidiens ?
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% 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
Sous-total Rapidité	46%	48%	44%	69%	53%	49%	38%	36%	51%	48%	41%
<i>Un gain de temps</i>	29%	30%	28%	42%	33%	34%	28%	19%	33%	33%	24%
<i>Un service client plus réactif</i>	19%	21%	18%	28%	21%	20%	13%	20%	20%	19%	19%
<i>L'accélération des livraisons</i>	14%	14%	14%	15%	14%	17%	11%	13%	15%	15%	13%
<i>L'accélération des paiements</i>	11%	14%	9%	19%	13%	11%	9%	9%	10%	13%	10%
Sous-total Confort	37%	41%	34%	60%	44%	34%	30%	34%	38%	36%	38%
<i>Plus de confort</i>	19%	21%	16%	30%	19%	15%	19%	17%	19%	17%	20%
<i>Une amélioration de l'expérience globale de consommation</i>	16%	15%	16%	31%	23%	14%	10%	13%	17%	13%	16%
<i>La disponibilité des produits</i>	15%	16%	14%	28%	18%	14%	11%	13%	15%	15%	16%
Sous-total Personnalisation	29%	32%	26%	36%	33%	28%	28%	26%	28%	31%	28%
<i>La personnalisation des offres et promotions</i>	20%	23%	18%	21%	23%	20%	21%	19%	18%	24%	19%
<i>La personnalisation des produits recommandés</i>	17%	18%	16%	26%	21%	17%	13%	15%	18%	14%	17%
La sécurisation des paiements	16%	17%	14%	17%	13%	16%	12%	19%	14%	17%	17%
<i>Autre</i>	1%	2%	1%	-	-	1%	3%	1%	1%	1%	2%
Aucun	34%	32%	36%	11%	17%	34%	43%	45%	29%	33%	38%

Les avantages de l'Intelligence Artificielle pour les achats du quotidien



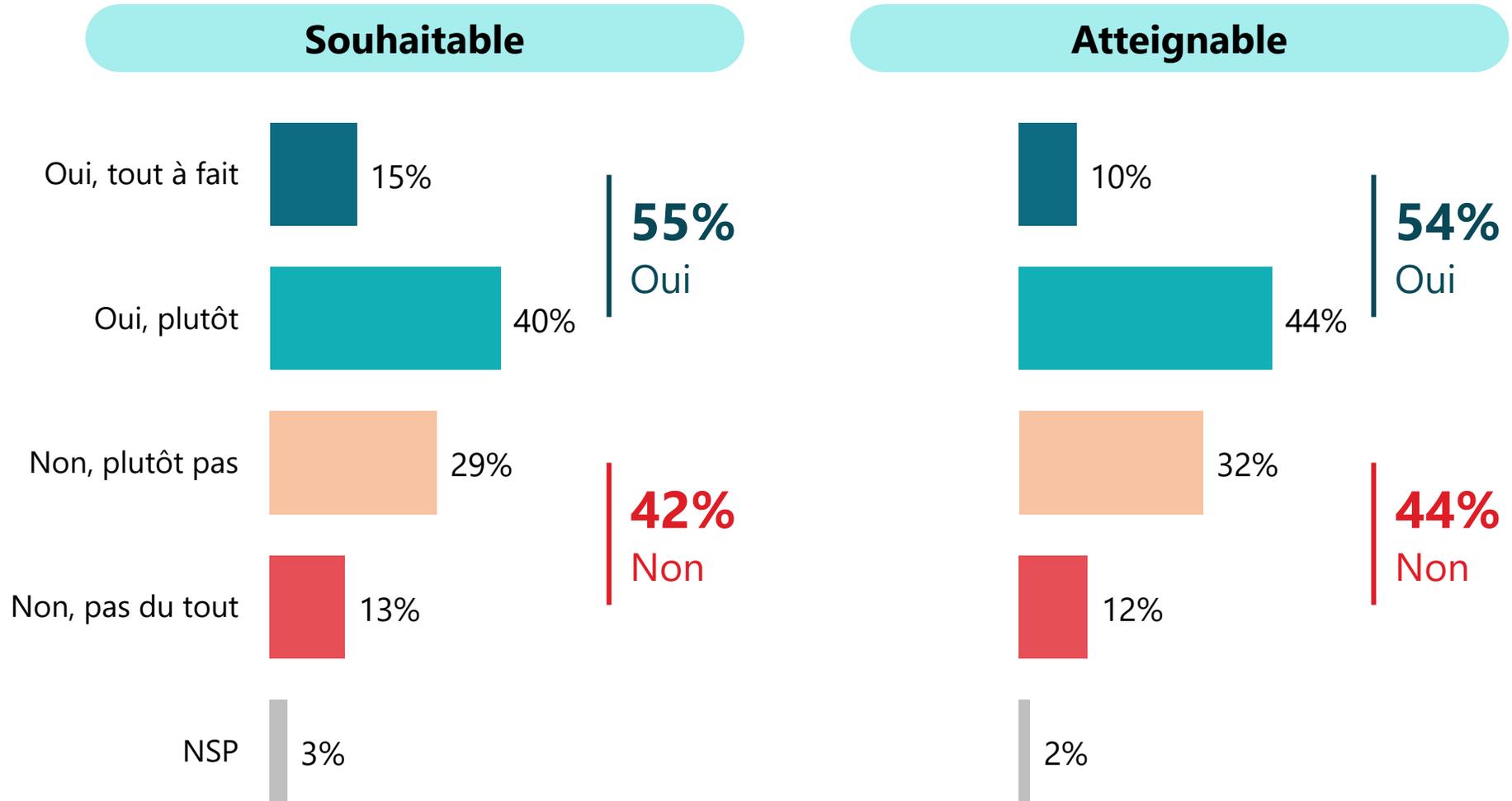
Q. Plus précisément, quels seront selon vous les principaux avantages de l'Intelligence Artificielle pour vos achats quotidiens ?
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1000 euros	De 1 000 à 1 999 euros	De 2 000 à 3 499 euros	De 3500 à 4999€	5000€ ou plus
Sous-total Rapidité	46%	54%	45%	44%	48%	54%
<i>Un gain de temps</i>	29%	35%	31%	28%	27%	37%
<i>Un service client plus réactif</i>	19%	18%	15%	19%	24%	22%
<i>L'accélération des livraisons</i>	14%	23%	11%	12%	16%	15%
<i>L'accélération des paiements</i>	11%	21%	10%	10%	13%	11%
Sous-total Confort	37%	46%	36%	40%	34%	38%
<i>Plus de confort</i>	19%	25%	14%	20%	18%	23%
<i>Une amélioration de l'expérience globale de consommation</i>	16%	25%	16%	15%	17%	11%
<i>La disponibilité des produits</i>	15%	17%	15%	15%	15%	9%
Sous-total Personnalisation	29%	43%	23%	30%	34%	27%
<i>La personnalisation des offres et promotions</i>	20%	32%	16%	20%	25%	16%
<i>La personnalisation des produits recommandés</i>	17%	21%	12%	20%	20%	15%
La sécurisation des paiements	16%	14%	17%	16%	19%	11%
Autre	1%	-	1%	1%	-	1%
Aucun	34%	27%	35%	34%	37%	27%

“ La capacité de la France à devenir un leader de l'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce



Q. Diriez-vous que l'objectif de faire de la France un pays leader en matière d'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce est... ?



La capacité de la France à devenir un leader de l'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce



Q. Diriez-vous que l'objectif de faire de la France un pays leader en matière d'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce est... ?

	Souhaitable										
	% 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
Sous-total Oui	55%	62%	49%	66%	62%	50%	48%	59%	60%	48%	57%
...Oui, tout à fait	15%	20%	11%	23%	23%	14%	11%	13%	18%	14%	14%
...Oui, plutôt	40%	42%	38%	43%	39%	36%	37%	46%	42%	34%	43%
Sous-total Non	42%	36%	48%	31%	35%	47%	49%	40%	37%	49%	42%
...Non, plutôt pas	29%	23%	35%	21%	25%	36%	31%	28%	24%	35%	29%
...Non, pas du tout	13%	13%	13%	10%	10%	11%	18%	12%	13%	14%	13%

“ La capacité de la France à devenir un leader de l'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce



Q. Diriez-vous que l'objectif de faire de la France un pays leader en matière d'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce est... ?

	Souhaitable	Revenu mensuel du foyer				
		% Total	Moins de 1000 euros	De 1 000 à 1 999 euros	De 2 000 à 3 499 euros	De 3500 à 4999€
Sous-total Oui	55%	59%	47%	55%	67%	69%
...Oui, tout à fait	15%	15%	15%	15%	16%	23%
...Oui, plutôt	40%	44%	32%	40%	51%	46%
Sous-total Non	42%	33%	50%	43%	32%	28%
...Non, plutôt pas	29%	25%	33%	29%	23%	18%
...Non, pas du tout	13%	8%	17%	14%	9%	10%

“ La capacité de la France à devenir un leader de l'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce



Q. Diriez-vous que l'objectif de faire de la France un pays leader en matière d'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce est... ?

	Atteignable										
	% 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
Sous-total Oui	54%	57%	52%	60%	67%	50%	45%	57%	56%	53%	54%
...Oui, tout à fait	10%	12%	8%	9%	15%	11%	6%	9%	13%	8%	8%
...Oui, plutôt	44%	45%	44%	51%	52%	39%	39%	48%	43%	45%	46%
Sous-total Non	44%	41%	46%	33%	30%	49%	53%	42%	42%	44%	44%
...Non, plutôt pas	32%	27%	37%	29%	21%	37%	36%	32%	32%	30%	34%
...Non, pas du tout	12%	14%	9%	4%	9%	12%	17%	10%	10%	14%	10%

“ La capacité de la France à devenir un leader de l'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce



Q. Diriez-vous que l'objectif de faire de la France un pays leader en matière d'Intelligence Artificielle dans le secteur du commerce est... ?

	Atteignable	Revenu mensuel du foyer				
		% Total	Moins de 1000 euros	De 1 000 à 1 999 euros	De 2 000 à 3 499 euros	De 3500 à 4999€
Sous-total Oui	54%	58%	49%	55%	58%	53%
...Oui, tout à fait	10%	12%	8%	9%	14%	13%
...Oui, plutôt	44%	46%	41%	46%	44%	40%
Sous-total Non	44%	38%	48%	43%	42%	44%
...Non, plutôt pas	32%	26%	32%	32%	36%	32%
...Non, pas du tout	12%	12%	16%	11%	6%	12%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



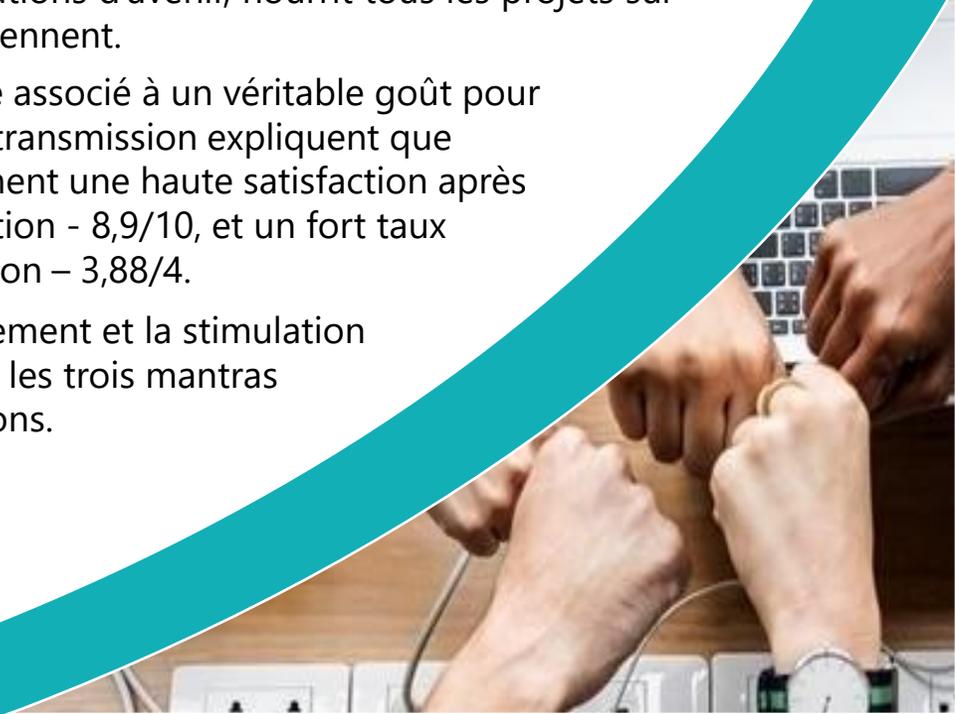
RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com