

“opinionway pour  bdf

Les Français et les services connectés dans les centres commerciaux

Septembre 2022



ESOMAR²¹
corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 006 personnes représentatif de la population française** âgée de 16 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 5 au 10 août 2022**.

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



Le profil des répondants



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 16 ans et plus



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	16-24 ans	15%
	25-34 ans	14%
	35-49 ans	23%
	50-64 ans	23%
	65 ans et +	25%



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



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	27%
	Employés	15%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	45%
	Retraités	27%
	Autres inactifs	18%



	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





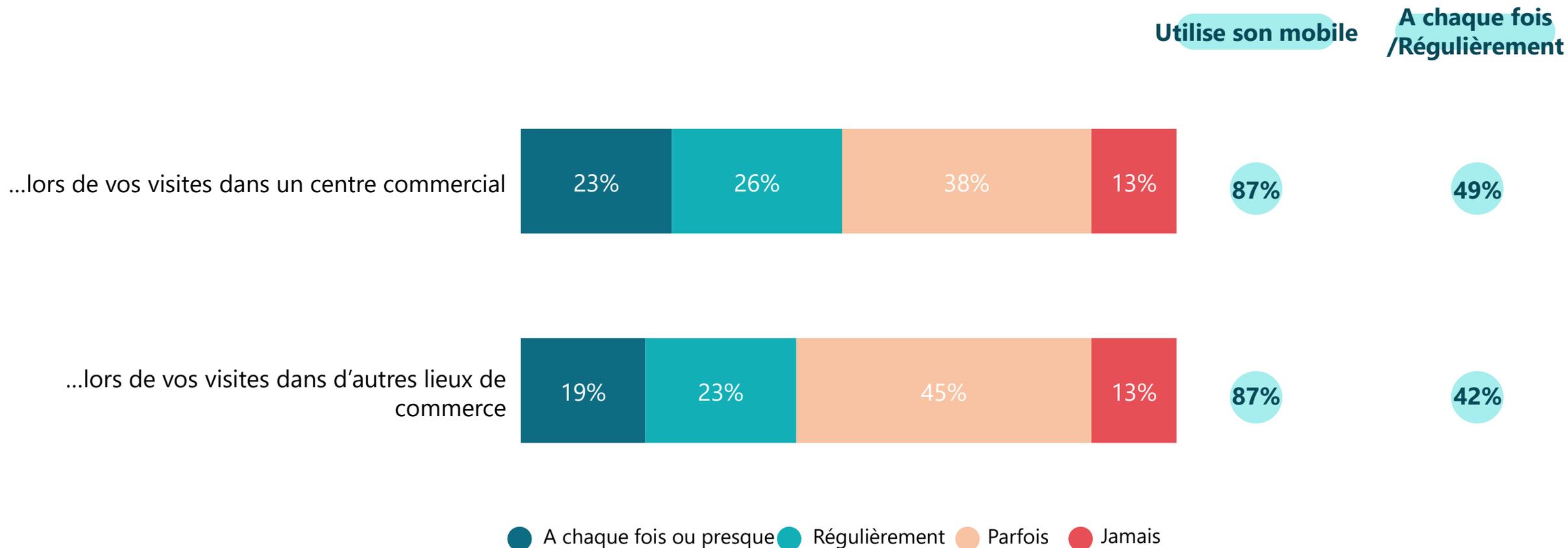
01

L'utilisation des smartphones
dans les centres commerciaux

“ L'utilisation du mobile dans les lieux de commerce



Q1. Utilisez-vous votre mobile ...
?



“ L'utilisation du mobile dans les lieux de commerce



Q1. Utilisez-vous votre mobile ...
?..lors de vos visites dans un centre commercial

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Sous-total Utilise son mobile	87%	89%	86%	93%	88%	97%	94%	82%	81%	95%	89%	82%	92%	87%	87%	93%	91%	90%	67%
Sous-total A chaque fois/Régulièrement	49%	47%	51%	75%	73%	76%	59%	34%	25%	63%	53%	37%	61%	55%	44%	49%	55%	52%	21%
A chaque fois ou presque	23%	20%	25%	45%	50%	39%	23%	12%	8%	25%	26%	18%	41%	22%	18%	22%	27%	24%	12%
Régulièrement	26%	27%	26%	30%	23%	37%	36%	22%	17%	38%	27%	19%	20%	33%	26%	27%	28%	28%	9%
Parfois	38%	42%	35%	18%	15%	21%	35%	48%	56%	32%	36%	45%	31%	32%	43%	44%	36%	38%	46%
Jamais	13%	11%	14%	7%	12%	3%	6%	18%	19%	5%	11%	18%	8%	13%	13%	7%	9%	10%	33%

“ L'utilisation du mobile dans les lieux de commerce



Q1. Utilisez-vous votre mobile ...
?..lors de vos visites dans d'autres lieux de commerce

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Sous-total Utilise son mobile	87%	87%	87%	97%	98%	95%	90%	80%	80%	92%	87%	84%	84%	86%	85%	91%	88%	88%	74%
Sous-total A chaque fois/Régulièrement	42%	40%	45%	70%	67%	73%	53%	26%	17%	57%	49%	29%	54%	49%	39%	40%	49%	45%	14%
A chaque fois ou presque	19%	15%	23%	43%	50%	36%	18%	8%	4%	24%	22%	15%	39%	20%	14%	17%	23%	20%	10%
Régulièrement	23%	25%	22%	27%	17%	37%	35%	18%	13%	33%	27%	14%	15%	29%	25%	23%	26%	25%	4%
Parfois	45%	47%	42%	27%	31%	22%	37%	54%	63%	35%	38%	55%	30%	37%	46%	51%	39%	43%	60%
Jamais	13%	13%	13%	3%	2%	5%	10%	20%	20%	8%	13%	16%	16%	14%	15%	9%	12%	12%	26%

“ Le choix du réseau utilisé dans les centres commerciaux

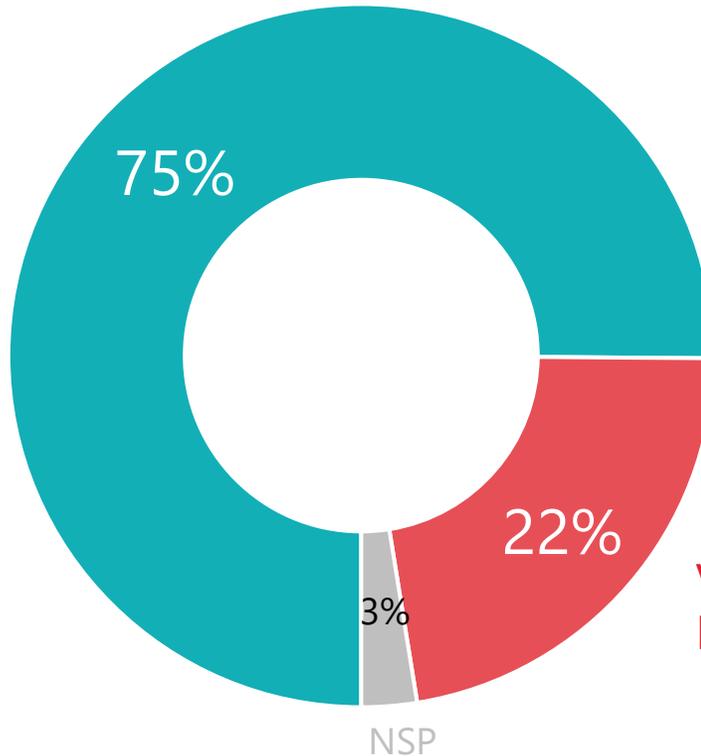


881 personnes

Q4. Lorsque vous êtes dans un centre commercial, préférez-vous utiliser votre réseau de téléphonie mobile ou le Wi-Fi proposé par le centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

Vous préférez utiliser la connexion à votre réseau mobile (3G, 4G, 5G)



Vous préférez vous connecter au Wi-Fi proposé par le centre commercial



Le choix du réseau utilisé dans les centres commerciaux



881 personnes

Q4. Lorsque vous êtes dans un centre commercial, préférez-vous utiliser votre réseau de téléphonie mobile ou le Wi-Fi proposé par le centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

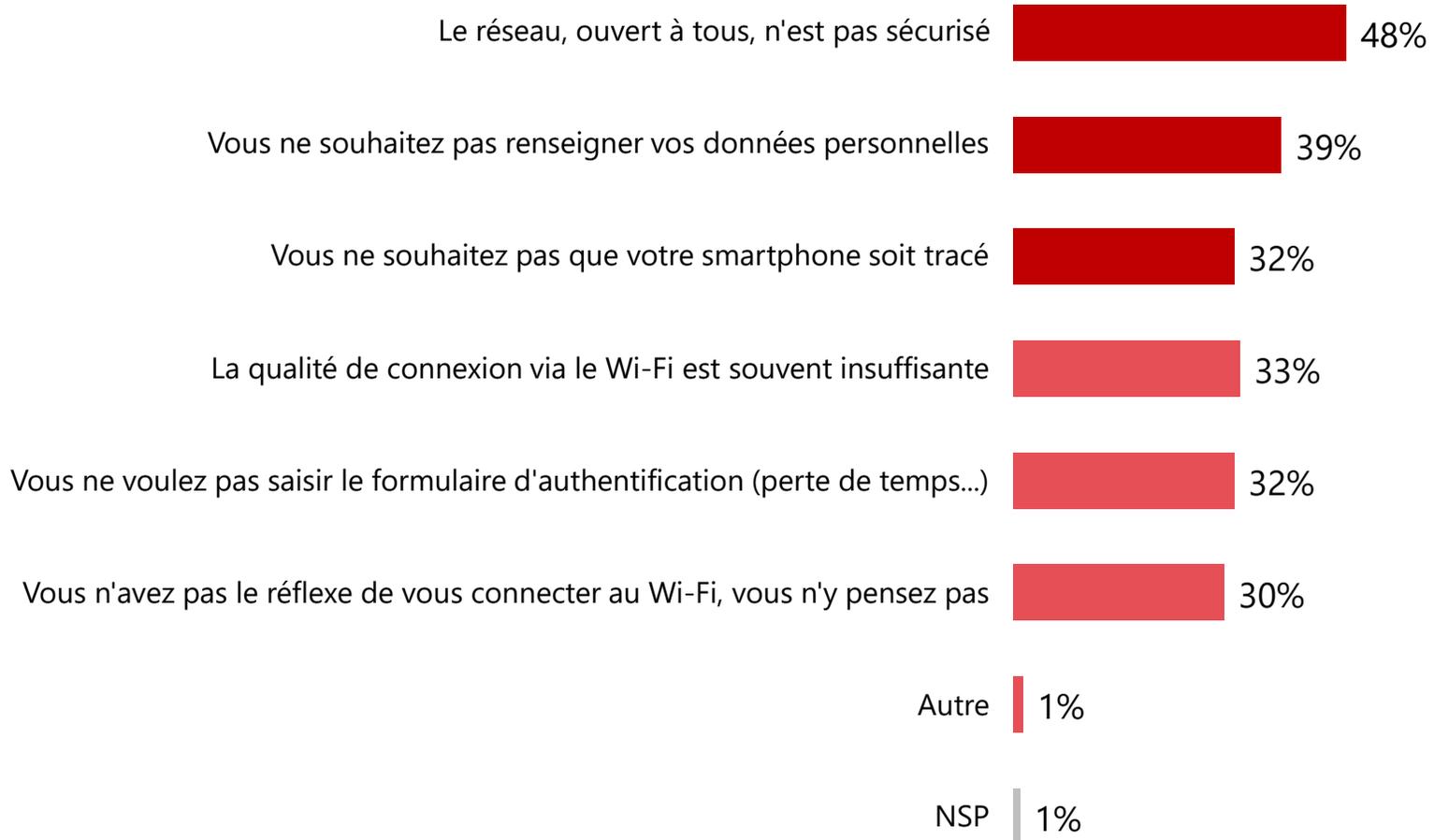
	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Vous préférez utiliser la connexion à votre réseau mobile (3G, 4G, 5G)	75%	76%	74%	68%	58%	77%	77%	78%	80%	75%	78%	74%	56%	71%	84%	77%	75%	75%	80%
Vous préférez vous connecter au Wi-Fi proposé par le centre commercial	22%	23%	22%	26%	30%	22%	23%	20%	19%	24%	22%	21%	25%	29%	16%	21%	21%	23%	19%

Les raisons de ne pas utiliser le Wi-Fi des centres commerciaux



Q5. Pourquoi ne préférez-vous pas utiliser le Wi-Fi proposé par le centre commercial ? Vous préférez ne pas utiliser le Wi-Fi parce que...

Question posée uniquement à ceux qui n'utilisent pas le Wi-Fi proposé par le centre commercial, soit 66% de l'échantillon



67%
Protection des données



Les raisons de ne pas utiliser le Wi-Fi des centres commerciaux



Q5. Pourquoi ne préférez-vous pas utiliser le Wi-Fi proposé par le centre commercial ? Vous préférez ne pas utiliser le Wi-Fi parce que...

Question posée uniquement à ceux qui n'utilisent pas le Wi-Fi proposé par le centre commercial, soit 66% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Sous-total Sécurité informatique	67%	72%	63%	61%	67%	57%	64%	71%	75%	64%	66%	74%	61%	66%	65%	73%	64%	67%	68%
...Le réseau, ouvert à tous, n'est pas sécurisé	48%	53%	43%	41%	52%	33%	47%	48%	57%	45%	41%	58%	42%	42%	46%	56%	45%	47%	53%
...Vous ne souhaitez pas renseigner vos données personnelles	39%	42%	35%	32%	34%	30%	34%	44%	46%	37%	35%	45%	31%	36%	37%	45%	38%	39%	39%
...Vous ne souhaitez pas que votre smartphone soit tracé	32%	32%	31%	25%	23%	26%	26%	38%	40%	33%	30%	34%	25%	31%	30%	39%	30%	33%	22%
La qualité de connexion via le Wi-Fi est souvent insuffisante	33%	33%	32%	43%	44%	42%	37%	24%	24%	40%	31%	28%	40%	34%	35%	28%	32%	33%	32%
Vous ne voulez pas saisir le formulaire d'authentification (perte de temps...)	32%	36%	28%	29%	23%	33%	36%	26%	37%	37%	23%	35%	27%	33%	26%	41%	27%	31%	38%
Vous n'avez pas le réflexe de vous connecter au Wi-Fi, vous n'y pensez pas	30%	27%	34%	28%	25%	29%	30%	31%	32%	27%	27%	33%	24%	27%	33%	32%	30%	31%	29%

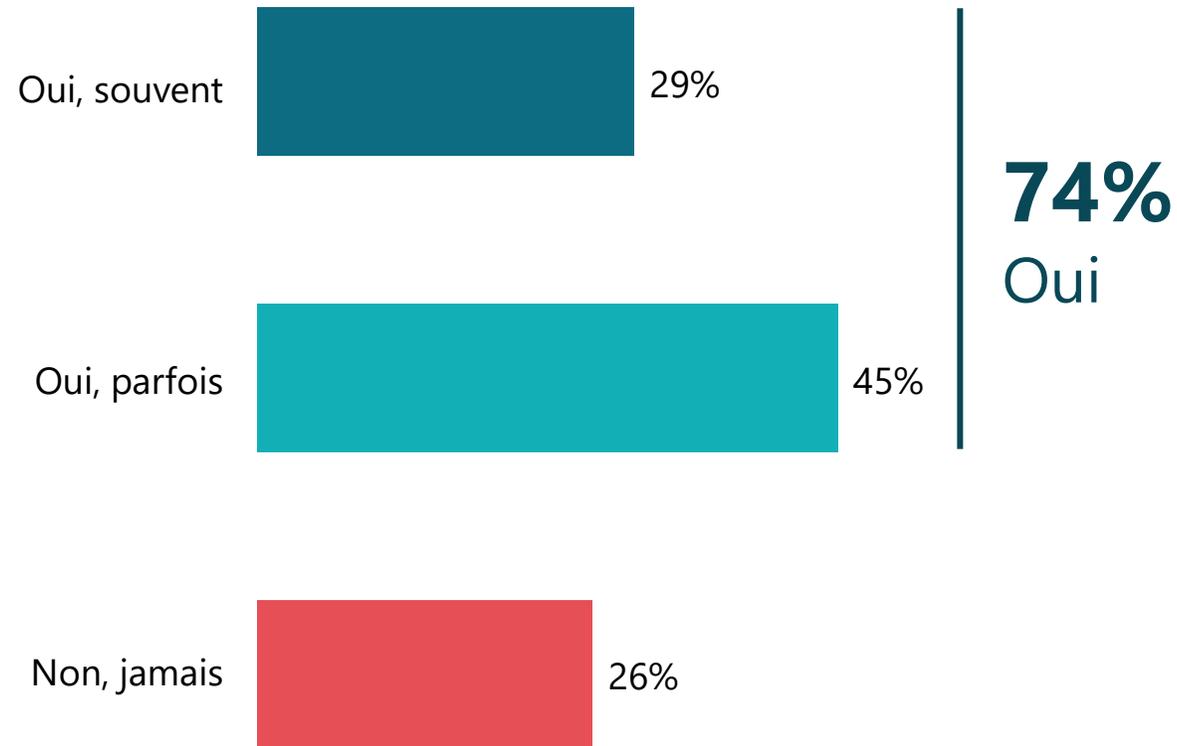


Le manque de couverture mobile dans les centres commerciaux



Q3. Vous est-il déjà arrivé de manquer de couverture mobile (3G, 4G, 5G) dans un centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon



Le manque de couverture mobile dans les centres commerciaux



Q3. Vous est-il déjà arrivé de manquer de couverture mobile (3G, 4G, 5G) dans un centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Sous- total Oui	74%	76%	72%	79%	74%	83%	82%	68%	63%	79%	78%	67%	63%	79%	76%	71%	73%	74%	76%
...Oui, souvent	29%	27%	31%	45%	48%	43%	35%	17%	13%	39%	28%	22%	34%	32%	30%	21%	30%	30%	23%
...Oui, parfois	45%	49%	41%	34%	26%	40%	47%	51%	50%	40%	50%	45%	29%	47%	46%	50%	43%	44%	53%
Non, jamais	26%	24%	28%	21%	25%	17%	18%	31%	36%	20%	22%	32%	37%	21%	24%	28%	27%	26%	22%

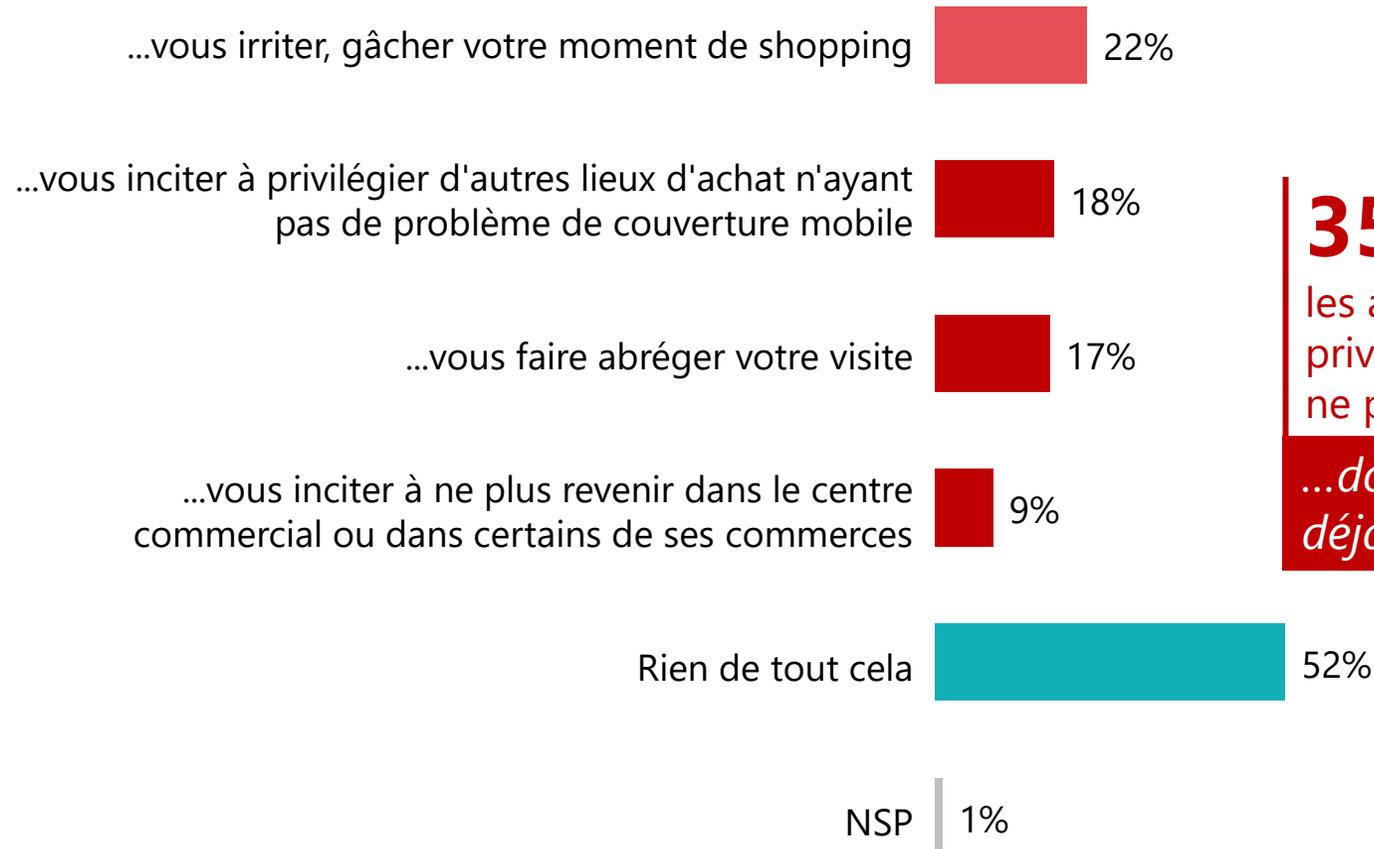


Les effets d'un manque de couverture mobile



Q6. Dans un centre commercial, un manque de couverture mobile (3G, 4G, 5G) peut...

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon



35%

les a inciter à abréger leur visite, privilégier d'autres lieux d'achats ou ne plus revenir dans le centre

...dont 39% auprès de ceux ayant déjà manqué de couverture



Les effets d'un manque de couverture mobile



881 personnes

Q6. Dans un centre commercial, un manque de couverture mobile (3G, 4G, 5G) peut...

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
... Vous irriter, gâcher votre moment de shopping	22%	21%	24%	29%	33%	24%	27%	20%	13%	27%	21%	20%	15%	23%	22%	23%	21%	23%	10%
Sous-total « a incité à privilégier d'autres lieux d'achats ou abrégé leur visite ou ne plus se rendre dans le centre commercial »	35%	37%	32%	53%	61%	47%	37%	24%	18%	44%	30%	30%	63%	39%	29%	29%	36%	36%	24%
<i>... Vous inciter à privilégier d'autres lieux d'achat n'ayant pas de problème de couverture mobile</i>	18%	17%	18%	30%	31%	29%	18%	10%	8%	22%	13%	17%	37%	21%	16%	12%	20%	18%	14%
... Vous faire abrégé votre visite	17%	17%	17%	23%	26%	20%	20%	13%	10%	22%	15%	15%	23%	16%	14%	17%	14%	17%	10%
... Vous inciter à ne plus revenir dans le centre commercial ou dans certains de ses commerces	9%	12%	5%	10%	10%	10%	13%	8%	3%	13%	7%	6%	10%	12%	7%	9%	10%	9%	8%
Rien de tout cela	52%	50%	53%	32%	25%	38%	47%	63%	72%	41%	54%	58%	26%	50%	55%	56%	50%	51%	66%

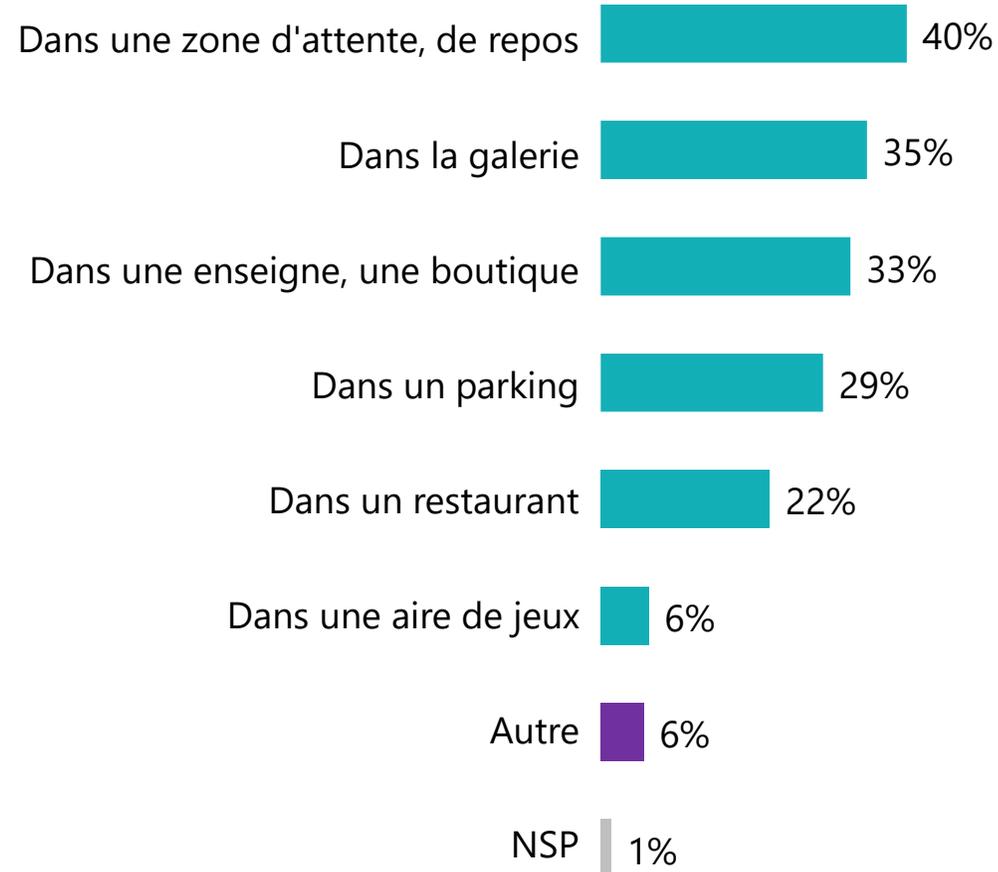
X% / Y% : Différences significatives par rapport au résultat d'ensemble.

Les zones des centres commerciaux où le manque de couverture mobile est le plus irritant



Q7. Dans quelles zones d'un centre commercial le manque de couverture mobile peut être le plus irritant ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon



Les zones des centres commerciaux où le manque de couverture mobile est le plus irritant



Q7. Dans quelles zones d'un centre commercial le manque de couverture mobile peut être le plus irritant ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Dans une zone d'attente, de repos	40%	37%	43%	41%	42%	40%	45%	36%	38%	40%	40%	41%	32%	43%	40%	44%	37%	40%	43%
Dans la galerie	35%	39%	31%	26%	20%	31%	41%	36%	40%	37%	37%	33%	26%	32%	34%	43%	36%	36%	28%
Dans une enseigne, une boutique	33%	33%	33%	35%	38%	32%	35%	28%	32%	35%	28%	36%	23%	31%	38%	28%	34%	34%	21%
Dans un parking	29%	26%	32%	32%	38%	26%	26%	34%	25%	29%	28%	29%	50%	33%	24%	28%	32%	29%	28%
Dans un restaurant	22%	21%	23%	25%	22%	28%	23%	22%	18%	24%	25%	20%	12%	28%	20%	26%	21%	22%	25%
Dans une aire de jeux	6%	7%	6%	10%	8%	11%	11%	3%	1%	9%	8%	3%	11%	6%	7%	6%	7%	6%	8%



02

Les usages numériques d'aujourd'hui et de demain dans les centres commerciaux

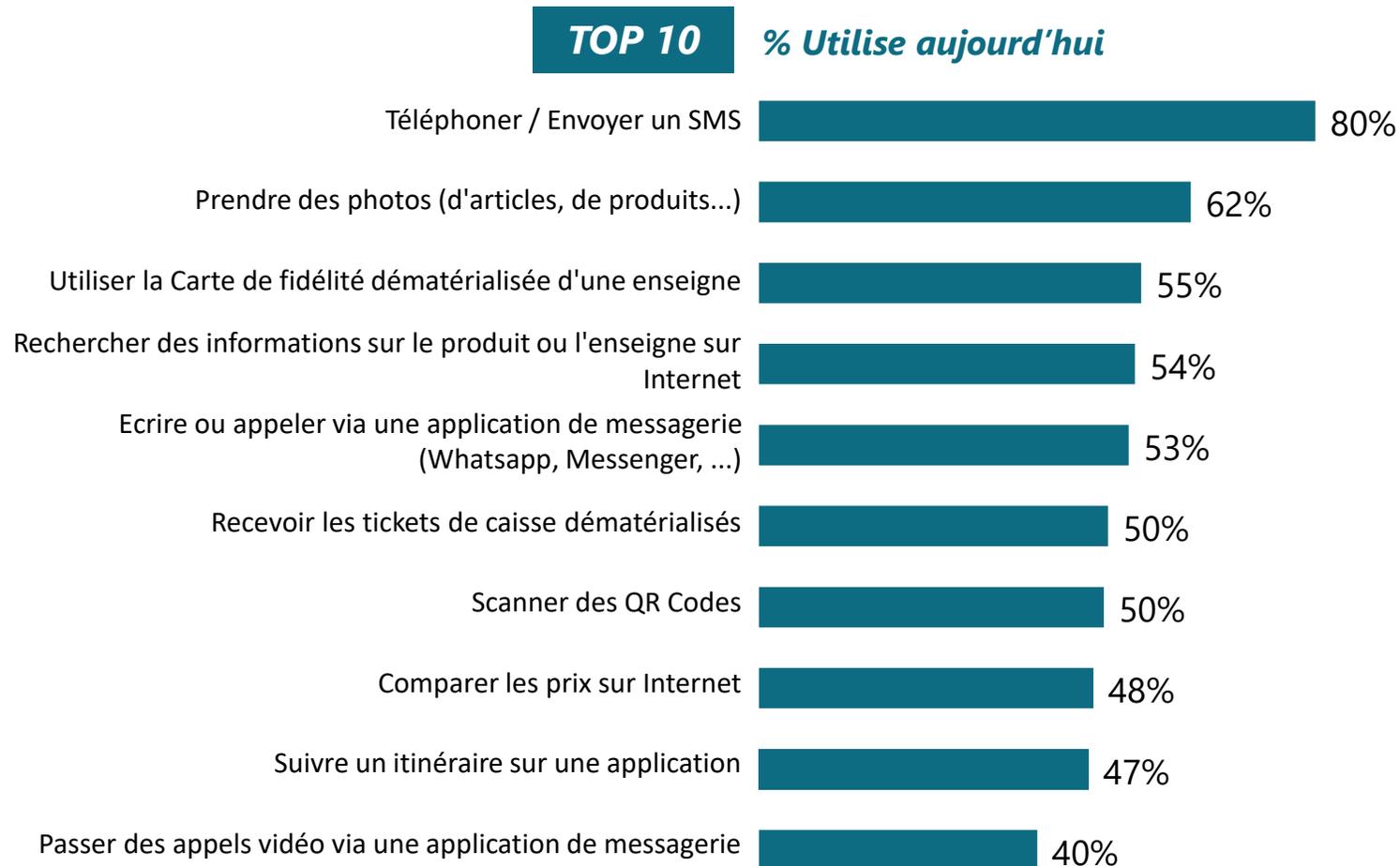


Les usages actuels du mobile dans les lieux de commerce



Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon

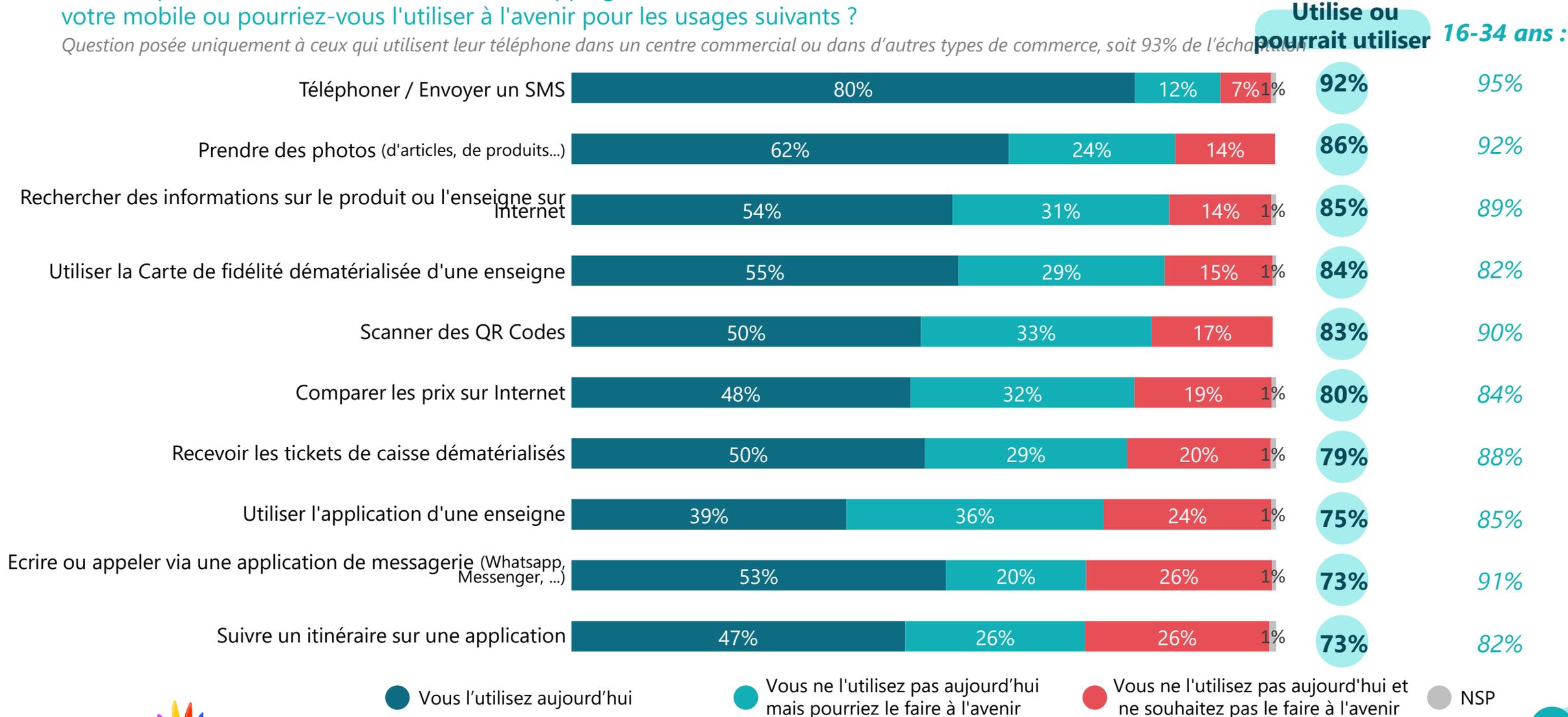


“ Les usages du mobile dans les lieux de commerce (1/2)



Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon



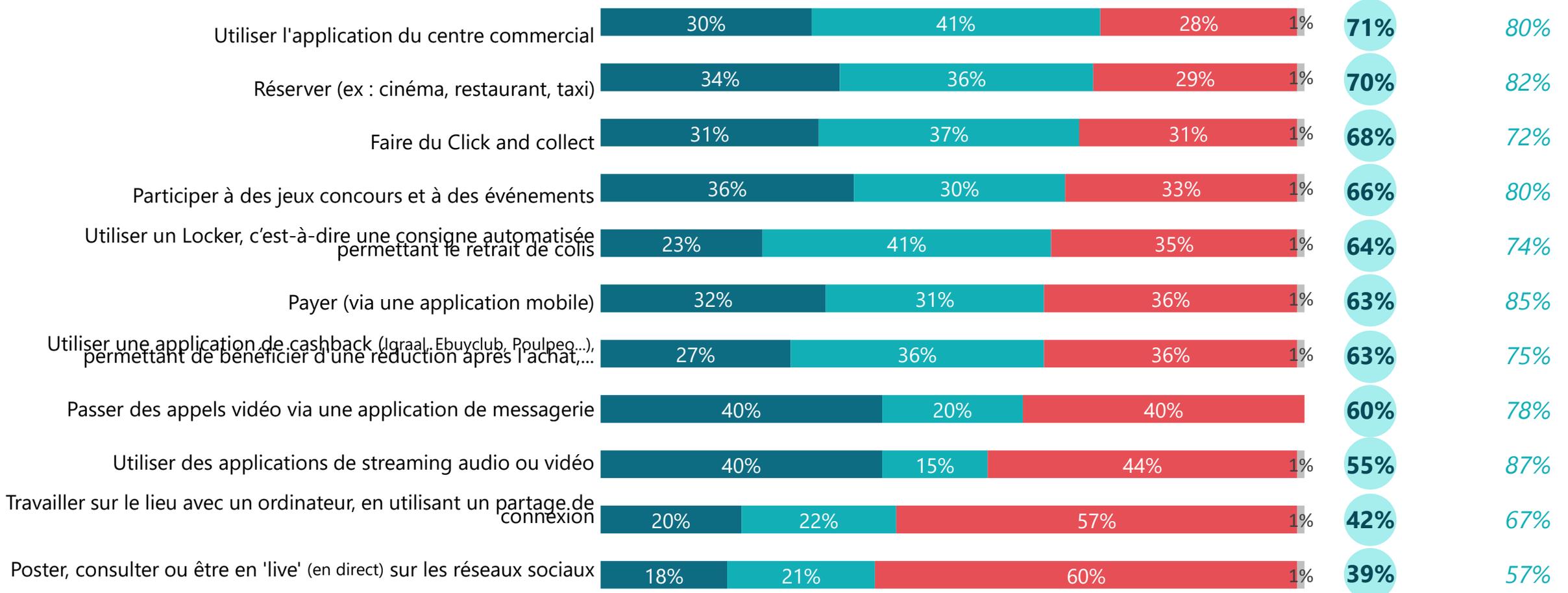
“ Les usages du mobile dans les lieux de commerce (2/2)



Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon

Utilise ou pourrait utiliser 16-34 ans :



● Vous l'utilisez aujourd'hui ● Vous ne l'utilisez pas aujourd'hui mais pourriez le faire à l'avenir ● Vous ne l'utilisez pas aujourd'hui et ne souhaitez pas le faire à l'avenir ● NSP



Les usages du mobile dans les lieux de commerce - Détail (1/2)



931 personnes

Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon

	% Total Utilisé ou pourrait utiliser	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Téléphoner / Envoyer un SMS	92%	92%	92%	95%	95%	94%	94%	92%	87%	93%	95%	90%	97%	93%	91%	92%	93%	93%	82%
Prendre des photos (d'articles, de produits...)	86%	83%	88%	92%	94%	90%	88%	81%	80%	88%	85%	84%	89%	88%	83%	87%	88%	87%	75%
Rechercher des informations sur le produit ou l'enseigne sur Internet	85%	85%	85%	89%	91%	87%	89%	84%	76%	87%	87%	82%	85%	83%	83%	90%	83%	85%	83%
Utiliser la Carte de fidélité dématérialisée d'une enseigne	84%	84%	85%	82%	79%	86%	91%	82%	81%	87%	88%	79%	79%	89%	84%	88%	86%	85%	79%
Scanner des QR Codes	83%	85%	80%	90%	94%	87%	82%	78%	76%	85%	82%	81%	82%	78%	82%	84%	85%	83%	74%
Comparer les prix sur Internet	80%	81%	79%	84%	81%	89%	87%	78%	69%	87%	86%	71%	79%	81%	79%	84%	82%	80%	70%
Recevoir les tickets de caisse dématérialisés	79%	75%	82%	88%	90%	85%	85%	74%	67%	86%	79%	74%	77%	79%	78%	80%	78%	79%	73%
Utiliser l'application d'une enseigne	75%	75%	76%	85%	86%	83%	75%	74%	66%	74%	82%	73%	72%	80%	74%	76%	76%	77%	55%
Ecrire ou appeler via une application de messagerie	73%	67%	78%	91%	91%	90%	77%	70%	51%	71%	83%	66%	75%	78%	70%	69%	73%	74%	54%
Suivre un itinéraire sur une application	73%	72%	74%	82%	82%	82%	73%	71%	63%	74%	78%	68%	58%	79%	71%	69%	70%	74%	59%



Les usages du mobile dans les lieux de commerce - Détail (2/2)



931 personnes

Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon

	% Total Utilise ou pourrait utiliser	Sexe		Âge						Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial		
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Utiliser l'application du centre commercial	71%	68%	75%	80%	77%	83%	73%	69%	60%	74%	76%	65%	69%	76%	68%	71%	72%	73%	52%
Réserver (ex : cinéma, restaurant, taxi)	70%	70%	70%	82%	79%	85%	75%	68%	52%	82%	73%	59%	56%	68%	68%	72%	66%	71%	60%
Faire du Click and collect	68%	68%	69%	72%	60%	85%	80%	65%	56%	79%	73%	57%	44%	73%	68%	77%	66%	68%	66%
Participer à des jeux concours et à des événements	66%	64%	68%	80%	81%	77%	79%	64%	42%	76%	75%	54%	58%	70%	65%	65%	66%	68%	50%
Utiliser un Locker, c'est-à-dire une consigne automatisée permettant le retrait de colis	64%	64%	65%	74%	74%	74%	74%	59%	48%	73%	66%	57%	53%	64%	63%	69%	64%	65%	55%
Utiliser une application de cashback permettant de bénéficier d'une réduction après l'achat,...	63%	63%	64%	75%	71%	79%	76%	60%	41%	73%	71%	51%	52%	68%	62%	64%	61%	64%	52%
Payer (via une application mobile)	63%	65%	60%	85%	88%	82%	62%	49%	48%	74%	58%	57%	68%	63%	57%	66%	65%	64%	47%
Passer des appels vidéo via une application de messagerie (Whatsapp, Facetime, Messenger, Skype ...)	60%	59%	60%	78%	76%	81%	62%	57%	38%	66%	68%	50%	58%	65%	57%	56%	57%	62%	34%
Utiliser des applications de streaming audio ou vidéo	55%	53%	59%	87%	90%	84%	57%	46%	24%	66%	62%	44%	76%	57%	51%	51%	57%	58%	34%
Travailler sur le lieu avec un ordinateur, en utilisant un partage de connexion	42%	41%	43%	67%	70%	64%	49%	31%	15%	53%	48%	29%	46%	46%	36%	40%	39%	44%	23%
Poster, consulter ou être en 'live' (en direct) sur les réseaux sociaux	39%	41%	38%	57%	52%	61%	41%	33%	22%	49%	46%	29%	39%	48%	35%	38%	43%	42%	16%

X% / Y% : Différences significatives par rapport au résultat d'ensemble.

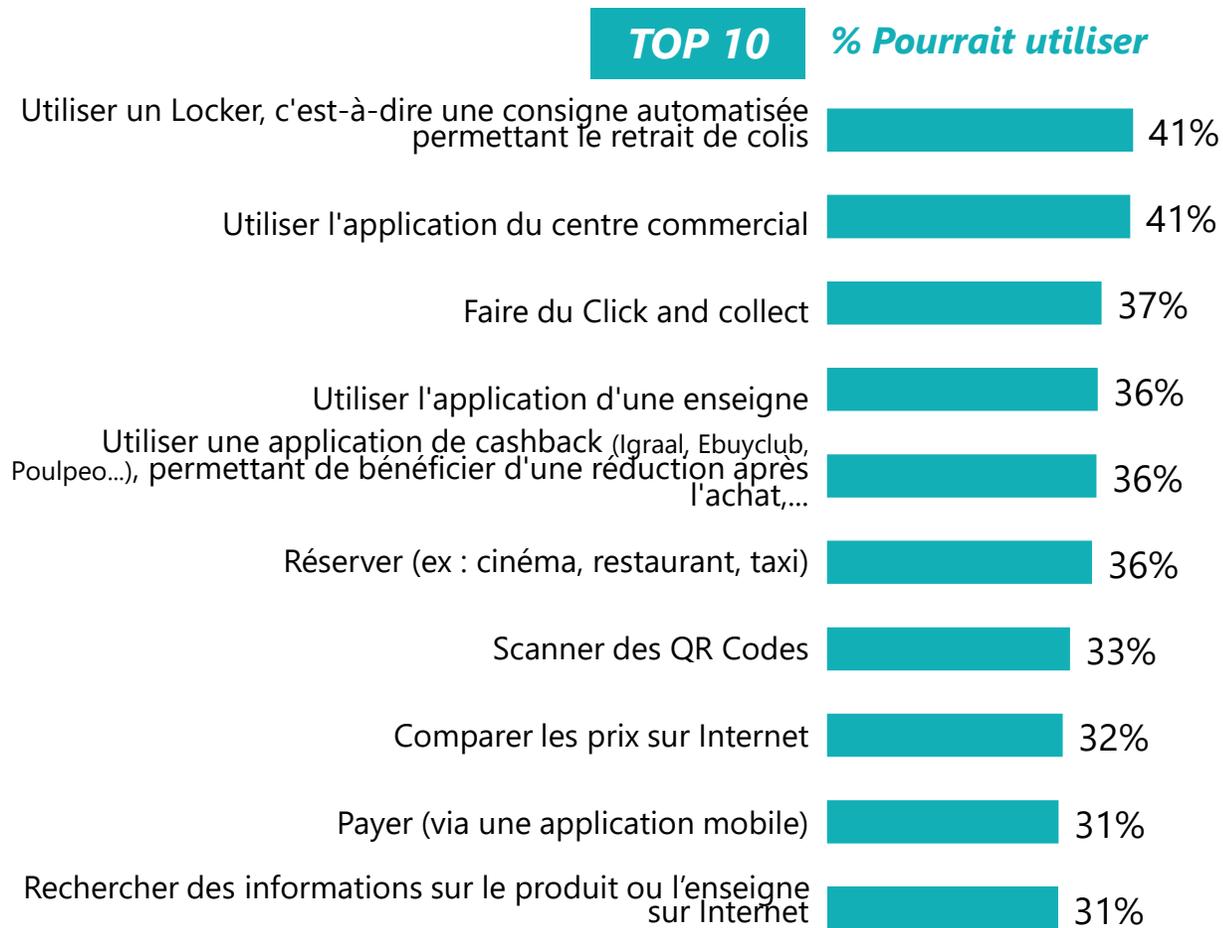


Les usages futurs du mobile dans les lieux de commerce



Q2. Lorsque vous faites des courses ou du shopping dans un centre commercial ou un autre lieu de commerce, utilisez-vous votre mobile ou pourriez-vous l'utiliser à l'avenir pour les usages suivants ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial ou dans d'autres types de commerce, soit 93% de l'échantillon





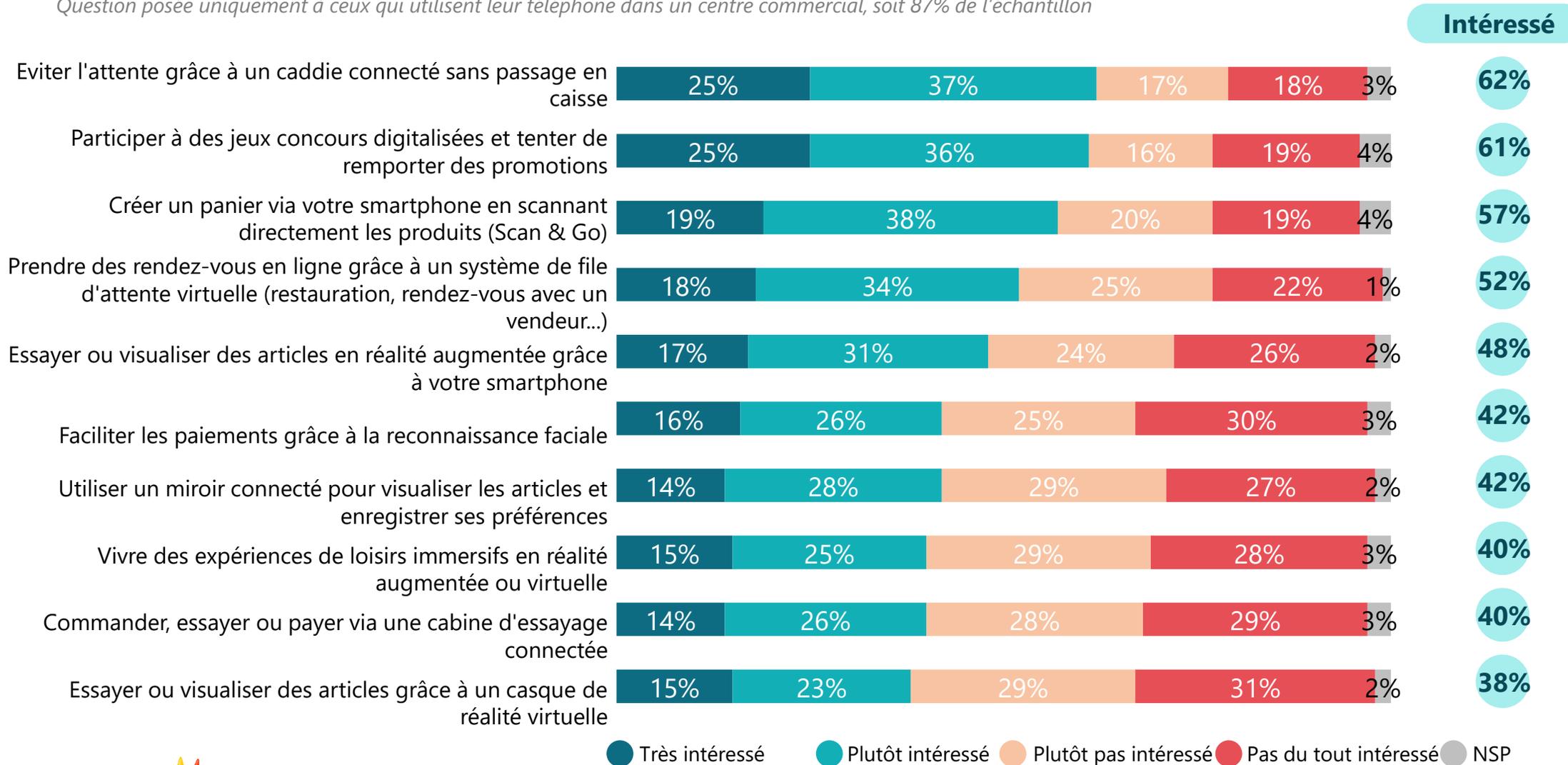
L'intérêt envers le développement de nouveaux usages liés au numérique dans les centres commerciaux



881 personnes

Q8. Seriez-vous intéressé ou non par le développement de nouveaux usages liés au numérique dans votre centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon





L'intérêt envers le développement de nouveaux usages liés au numérique dans les centres commerciaux



881 personnes

Q8. Seriez-vous intéressé ou non par le développement de nouveaux usages liés au numérique dans votre centre commercial ?

Question posée uniquement à ceux qui utilisent leur téléphone dans un centre commercial, soit 87% de l'échantillon

	% Total Intéressé	Sexe		Âge					Statut			Revenus				Fréquence de visite d'un centre commercial			
		Homme	Femme	16-34 ans dont...	... 16-24 ans	... 25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Moins de 1000 euros/mois	1 000 à 1 999 euros/mois	2 000 à 3 499 euros/mois	3 500 euros/mois et plus	Au moins une fois par semaine	Au moins une fois par mois	Moins souvent
Eviter l'attente grâce à un caddie connecté sans passage en caisse	62%	63%	62%	75%	80%	70%	66%	54%	49%	68%	61%	59%	57%	66%	59%	63%	65%	64%	43%
Participer à des jeux concours digitalisés et tenter de remporter des promotions	61%	58%	64%	75%	70%	80%	73%	58%	34%	68%	72%	47%	49%	63%	67%	56%	63%	63%	42%
Créer un panier via votre smartphone en scannant directement les produits	57%	56%	57%	73%	67%	79%	66%	48%	34%	65%	66%	44%	60%	61%	57%	57%	59%	58%	48%
Prendre des rendez-vous en ligne grâce à un système de file d'attente virtuelle (restauration, rendez-vous avec un vendeur...)	52%	53%	52%	71%	69%	73%	56%	43%	34%	66%	55%	39%	42%	57%	54%	51%	52%	54%	27%
Essayer ou visualiser des articles en réalité augmentée grâce à votre smartphone	48%	48%	48%	67%	66%	66%	51%	39%	28%	54%	51%	39%	44%	50%	49%	44%	47%	49%	32%
Faciliter les paiements grâce à la reconnaissance faciale	42%	47%	39%	54%	59%	50%	41%	40%	32%	46%	41%	41%	42%	42%	42%	44%	40%	44%	29%
Utiliser un miroir connecté pour visualiser les articles et enregistrer ses préférences	42%	42%	41%	61%	61%	62%	45%	33%	22%	50%	47%	33%	36%	44%	44%	36%	41%	43%	29%
Vivre des expériences de loisirs immersifs en réalité augmentée ou virtuelle	40%	39%	39%	57%	51%	63%	45%	34%	15%	49%	45%	26%	39%	45%	42%	35%	41%	41%	25%
Commander, essayer ou payer via une cabine d'essayage connectée	40%	36%	42%	62%	62%	62%	41%	31%	17%	45%	47%	30%	31%	44%	38%	39%	36%	41%	29%
Essayer ou visualiser des articles grâce à un casque de réalité virtuelle	38%	36%	40%	58%	58%	57%	41%	34%	15%	48%	41%	28%	31%	41%	37%	36%	37%	39%	28%



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

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.

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

Clotilde Combe

Directrice adjointe
Département Opinion, Politique
& Corporate

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